

# KINERJA

JURNAL BISNIS DAN EKONOMI  
TERAKREDITASI SK NO. 49/DIKTI/KEP/2003

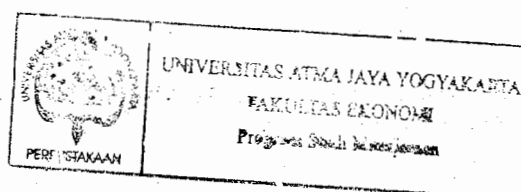
## DAFTAR ISI

### Daftar Isi

<b>Pengaruh Pembiayaan Defisit Anggaran terhadap Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi: Suatu Simulasi Model Ekonomi Makro Indonesia 1970-2003</b> <i>Joko Waluyo</i> .....	1-22
<b>Peran Teknologi Dalam Implementasi Strategi Manufaktur pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Studi dengan Pendekatan Kontingensi</b> <i>Lina Anatan</i> .....	23-38
<b>Studi Model Penerimaan Teknologi Novice Accountant</b> <i>Rustiana</i> .....	39-48
<b>Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Surabaya</b> <i>Gunarto Suhardi</i> .....	49-55
<b>Privatisasi, Penegakan Good Corporate Governance, dan Kinerja BUMN</b> <i>Ilya Avianti</i> .....	56-64
<b>Analisis Pengaruh Model Iklan terhadap Perilaku Pembelian Remaja: Kasus Bintang Akademi Fantasi Indosiar</b> <i>W. Mahestu Noviandra K</i> .....	65-74
<b>Pengaruh Potensi Kebangkrutan Perusahaan Publik terhadap Pergantian Auditor</b> <i>Theresia Niken Setyorini dan Aloysia Yanti Ardiati</i> .....	75-86
<b>Bedah Buku: Financial Revolution</b> <i>Handy Fridata</i> .....	87-88

### Biodata Penulis

### Pedoman Penulisan



## **PENGARUH PEMBIAYAAN DEFISIT ANGGARAN TERHADAP INFLASI DAN PERTUMBUHAN EKONOMI: SUATU SIMULASI MODEL EKONOMI MAKRO INDONESIA 1970 – 2003**

Joko Waluyo  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

### **Abstract**

*The objective of this research is to identify the impact of budget deficit financing on inflation and economic growth. Simulation are conducted using the small open macroeconomics model specified by Waluyo (2005) with 10.000 replication on the stochastic simulation. Using the secondary data of the Indonesian economy from 1970 to 2003, simulation results show that budget deficit financing from foreign debt and monetary policies would increase the economic growth, but inflationary. On the other hand, tax effort policies are considered to be better, since simulation results show that they would improve economic growth without being inflationary.*

**Keywords:** *budget deficit, macroeconomic model, economic growth, simulation*

### **1. PENDAHULUAN**

Di Indonesia, isu defisit anggaran mendapatkan perhatian yang utama, bahkan sejak Kabinet Ampera (kabinet Orba pertama). Perhatian ini disebabkan oleh tingginya tingkat inflasi yang disebabkan oleh pembiayaan defisit anggaran dengan pencetakan uang. Pengalaman ini membuat pemerintah mengintroduksi anggaran yang berimbang dan dinamis untuk menggantikan anggaran moneter. Di mana anggaran dibuat dengan tujuan untuk “menertibkan” defisit anggaran dengan dibiaya dari utang luar negeri (Seda, 2003: 68). Dengan memasukkan utang luar negeri sebagai sumber penerimaan negara maka anggaran terlihat sebagai *balance budget*. Utang luar negeri ini bukannya tanpa masalah, beban utang luar negeri yang semakin membengkak membawa konsekuensi logis membebani anggaran dengan pembayaran pokok dan bunga utang yang juga ikut meningkatPT.

Idealnya semua pengeluaran pemerintah dibiayai oleh penerimaan pajak. Peningkatan penerimaan pajak akan menaikkan total penerimaan pemerintah. sehingga defisit akan berkurang. Defisit anggaran pemerintah pusat Indonesia dibiayai dengan: Utang luar negeri, Pembiayaan dalam negeri melalui sektor perbankan maupun non perbankanTPT. Pembiayaan melalui sektor perbankan dapat melalui bank sentral dan bank umum. Defisit anggaran yang melalui sektor perbankan dapat ditelusuri melalui neraca otoritas moneter dan neraca konsolidasi bank umum yang berupa perubahan *net claim central government* (NCG). Pembiayaan melalui sistem non perbankan berupa penerbitan obligasi negara dan privatisasi aset negara, terutama aset negara yang dikelola BPPN. Utang ke luar negeri merupakan alternatif pembiayaan yang paling dominan selama tahun 1969-2000, sedang antara tahun 2001-2003 pembiayaan dalam negeri lebih dominan

Pengaruh defisit anggaran terhadap variabel ekonomi makro sangat tergantung oleh mekanisme pembiayaan defisit yang digunakan (Saleh, 2003 dan 2004). Hampir semua mekanisme pembiayaan defisit anggaran akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terjadi karena peningkatan penerimaan akan memberikan keleluasaan untuk menaikkan pengeluaran pemerintah sehingga pertumbuhan ekonomi akan ikut naik. Jika utang yang digunakan untuk pembiayaan defisit

digunakan untuk investasi pemerintah maka akan berpengaruh lebih besar terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja, daripada digunakan untuk membiayai konsumsi pemerintah. Pembiayaan melalui sektor perbankan akan berpengaruh terhadap inflasi dan selanjutnya akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi riil (Chantrasmi, 1999).

Pembiayaan defisit anggaran dengan menggunakan utang luar negeri dilatarbelakangi oleh trauma inflasi yang tinggi pada tahun 1960-an, yang disebabkan oleh pembiayaan defisit anggaran dengan pencetakan uang. APBN yang berimbang sangat ampuh sebagai pengendali inflasi jika defisit anggaran ditutup dengan penambahan stok jumlah uang beredar. Defisit dalam negeri (dalam rupiah) akan didanai oleh utang luar negeri (dalam mata uang asing). Pertukaran ini akan menambah stok jumlah uang yang beredar, karena devisa tadi dibeli oleh Bank Indonesia dan komersial dengan menciptakan uang giral. Jika semua surplus devisa dibeli oleh Bank Indonesia maka akan terjadi *monetization*, sehingga menyebabkan pertambahan stok uang beredar yang sangat cepat. Hal ini semakin mempersulit Bank Indonesia untuk mengendalikan inflasi dan kestabilan nilai tukar rupiah (Nasution, 1984a dan Nasution, 1984b). Pada sisi yang lain utang luar negeri akan menambah *capital inflow* pada saat penarikan utang baru, tetapi akan menambah *capital outflow* pada saat membayar bunga dan cicilan utang.

Jika defisit anggaran dibiayai dengan penerbitan obligasi negara maka permintaan kredit pemerintah mengalami kenaikan, sehingga tingkat suku bunga di pasar modal akan meningkat. Kenaikan tingkat bunga obligasi negara menyebabkan biaya investasi terasa mahal, sehingga akan meng-*crowd out* investasi swasta (Hossain Akhtar et al., 1998). Penerbitan obligasi negara dalam jumlah besar di dalam pasar modal dan pasar uang yang belum berkembang akan memberikan tekanan yang kuat terhadap anggaran dan mendesak keluar (*crowd out*) pasar keuangan. Hubungan antara pembiayaan defisit anggaran dengan variabel ekonomi makro terjadi sebuah sistem simultan, sehingga perlu dilakukan sebuah simulasi dari model ekonomi makro yang mengadopsi pembiayaan defisit anggaran pemerintah. Permasalahan ini merupakan pokok bahasan utama dalam penelitian ini.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### 2.1. Definisi dan Pengukuran Defisit

Secara akuntansi, anggaran pemerintah terlihat bahwa penerimaan akan sama dengan pengeluaran, sehingga anggaran akan selalu terlihat dalam kondisi yang seimbang. Terjadinya defisit atau surplus anggaran ditandai dengan adanya item-item penyeimbang (*balancing items*) baik dalam penerimaan maupun pengeluaran, sehingga akan terlihat terjadinya ketidakseimbangan antara pengeluaran dan penerimaan. Hubungan antara defisit dan pembiayaan anggaran dapat dilihat dengan menyusun sebuah kendala anggaran pemerintah (*government budget constraint*). Secara sederhana kendala anggaran pemerintah satu periode dapat dituliskan sebagai berikut (Agenor, 1999: 91):

$$G - (T_i + T_n) + iB_{-1} + i^*EB_{g-1} = \Delta L^g + \Delta B + E\Delta B_g^* \quad (1)$$

Di mana  $G$  adalah pengeluaran pemerintah untuk pembelian barang dan jasa (termasuk juga *current* dan *capital expenditure*).  $T_i$  adalah penerimaan pajak (*net of transfer payment*) dan  $T_n$  adalah penerimaan bukan pajak.  $B$  adalah beban stok utang dalam negeri pemerintah pada akhir tahun, termasuk juga beban suku bunga yang ditentukan di pasar ( $i$ ).  $B_g^*$  adalah beban stok utang luar negeri yang dinyatakan dalam valuta asing ( $E$ ), termasuk juga beban suku bunga utang luar negeri ( $i^*$ ).  $E$  adalah nilai tukar nominal.  $L^g$  adalah nilai stok kredit nominal yang dialokasikan oleh bank sentral. Sisi kiri persamaan (1) menunjukkan besarnya defisit anggaran pemerintah yang dipengaruhi oleh pengeluaran pemerintah, pembayaran bunga utang, dan penerimaan pajak dan non pajak bersih. Sedangkan sisi kanan persamaan menunjukkan mekanisme pembiayaan defisit anggaran pemerintah

yaitu dengan utang terhadap bank sentral (pencetakan uang), utang ke dalam negeri dan utang ke luar negeri. Dengan asumsi pemerintah tidak perlu membayar bunga utang ke bank sentral.

Berbagai konsep pengukuran defisit anggaran sangat tergantung dengan kriteria yang digunakan dan tujuan analisis. Biasanya pilihan konsep defisit yang tepat tergantung oleh beberapa faktor, antara lain: jenis ketidakseimbangan yang terjadi, cakupan pemerintah (pemerintah pusat, konsolidasi pemerintah, dan sektor publik), metode akuntansi (*cash* dan *accrual basis*), dan status dari *contingent liabilities* (Simanjuntak, 2001). Beberapa konsep ukuran defisit anggaran yang banyak digunakan, antara lain: *conventional defisit*, *current fiscal defisit*, *primary defisit*, *monetary defisit* dan *operational defisit* (Booth dan Mc Cawley, 1985; Gunawan, 1991; Blejer dan Cheasty, 1991 dan 1992; serta Buitier, 1982 dan 1995) seperti terlihat dalam Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Ringkasan Metode Perhitungan Defisit/Surplus Anggaran**

No	Jenis Defisit	Metode
1.	Defisit Konvensional dan Defisit Keseluruhan	a) $DEF = (R + A) - (G + B)$ ; atau b) $DEF = (R + A + D) - (G + B)$ ; atau b) $DEF = (R - A) - TX_r$ ; atau c) $DEF = (R - A) - G$
2.	Defisit Fiskal Berjalan dan Konsep Nilai Bersih	$DEF = S_g = R_d - G_r$
3.	Defisit Domestik	$DEF = R_d - G_d$
4.	Defisit Moneter	$D_b = R - (G - (D_r + D_{nb}))$
5.	Defisit Primer	$DEF = (R - A) - (G - B)$
6.	Augmented Defisit Primer	$DEF = \{(R-A)-(G-B)\} - \left[ i^* \frac{(1+\varepsilon_t)+\varepsilon_t - i_t}{(1+\pi_t)(1+g_t)} \right] (D_{t-1} - FR_{t-1}) + S$
7.	Defisit Operasional	a) $DEF = ((R - A) - G) - iB$ ; atau b) $DEF = ((R - A) - (G - B)) + iB$ <u>Surplus/Defisit Primer:</u>
8.	Defisit APBN Indonesia	$DEF = (R + A) - (G - B)$ <u>Defisit Anggaran:</u> $DEF = (R + A) - G$

Keterangan : Jika nilai sisi kiri persamaan (-) maka menunjukkan terjadinya defisit anggaran, dan berlaku sebaliknya. Di mana:

- |   |  |
|---|--|
| - DEF = Defisit Anggaran.                 | - $S_g$ = Tabungan Pemerintah.         |
| - R = Total Penerimaan Pemerintah.        | - $R_d$ = Penerimaan Dalam Negeri.     |
| - A = Total Hibah.                        | - $G_r$ = Pengeluaran Rutin (DN + LN). |
| - G = Total Pengeluaran Pemerintah.       | - B = Pembayaran Bunga Utang.          |
| - D = Total Utang Pemerintah.             | - $G_d$ = Pengeluaran Dalam Negeri.    |
| - $D_r$ = Utang LN Pemerintah.            | - FR = Cadangan Devisa Luar Negeri.    |
| - $D_b$ = Utang dari Sektor Perbankan.    | - S = Seignorage.                      |
| - $D_{nb}$ = Utang DN dari Non Perbankan. | - $TX_r$ = Penerimaan Pajak.           |
| - $i$ = Suku Bunga Riil.                  | - $\pi$ = Tingkat Inflasi.             |
| - $\varepsilon$ = Nilai Tukar.            | - g = Pertumbuhan Ekonomi.             |
| - $i^*$ = Suku Bunga Utang Luar Negeri.   |  |

## 2.2. Mekanisme Pembiayaan Defisit Anggaran

Defisit anggaran pemerintah yang terjadi harus dibiayai dengan sumber-sumber yang mungkin dilakukan oleh pemerintah. Pembiayaan defisit anggaran seharusnya untuk mendanai pengeluaran pemerintah yang dapat meningkatkan produktivitas perekonomian, yaitu pengeluaran kapital pemerintah untuk investasi. Sumber pembiayaan defisit anggaran secara konvensional terdiri dari *money financed* dan *bond financed deficit*, yaitu pembiayaan dengan pencetakan uang dan pembiayaan dengan menerbitkan *bonds* atau obligasi negara (Turnovsky dan Wohar, 1987; dan Scarth, 1996). Menurut Garcia (1996) Secara garis besar ada dua cara pembiayaan defisit yaitu dengan pencetakan uang (*money creation*) dan utang (*Debt*). Buitter (1982 dan 1995) mengidentifikasi sumber pembiayaan defisit berasal dari: Utang luar negeri, Utang dalam negeri, Pencetakan uang, Privatisasi, dan *Running down* cadangan devisa pemerintah. Masing-masing mekanisme pembiayaan defisit memberikan pengaruh yang berbeda terhadap perekonomian baik sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama.

Mekanisme pembiayaan yang pertama yaitu pencetakan uang. Pencetakan uang baru akan memberikan penerimaan kepada pemerintah karena adanya selisih nilai nominal dan nilai riil dari uang, *seignorage*. Mekanisme pembiayaan ini mempunyai keterbatasan, karena penambahan uang beredar yang terlalu besar akan menyebabkan terjadinya inflasi dan merupakan suatu bentuk pajak bagi pemegang *cash balance* (*inflation tax*). Di negara-negara sedang berkembang yang memiliki masalah keseimbangan internal biasanya pencetakan uang sebagai sumber utama inflasi. Sehingga kebijakan fiskal disarankan untuk mengendalikan defisit anggaran sedangkan kebijakan moneter membiayai defisit dengan kebijakan pasif (Gunardi, 2000: 17-18). Hal ini menuntut kebijakan moneter yang lebih independen.

Mekanisme pembiayaan yang kedua yaitu dengan melakukan utang ke luar negeri. Utang luar negeri dapat digunakan sebagai sumber pembiayaan defisit anggaran dengan catatan tidak berlaku secara permanen. Pemerintah untuk mendapatkan utang luar negeri harus mampu meyakinkan debitur luar negeri bahwa perekonomian mampu menampilkan *creditworthy* yang meyakinkan. Utang luar negeri sebagai sumber pembiayaan anggaran memiliki beberapa keterbatasan antara lain: adanya beban pengembalian di masa depan sehingga pemerintah dituntut untuk mengalokasikan utang guna mendanai proyek-proyek yang produktif, adanya unsur spekulatif terhadap nilai tukar apabila tidak ada kontrol devisa yang kuat, menyebabkan pengaruh *inflationary* jika tidak ada tindakan sterilisasi terhadap utang luar negeri.

Mekanisme yang ketiga yaitu dengan melakukan utang ke dalam negeri atau penerbitan obligasi negara. Kebijakan ini mensyaratkan suatu pasar modal yang baik dan adanya kemungkinan berkembangnya *secondary market* untuk pasar obligasi negara yang diterbitkan. Kendala yang dihadapi dengan penerbitan obligasi negara yaitu kemungkinan terjadinya fenomena *crowding out effect* terhadap investasi swasta. Penerbitan obligasi negara untuk pembiayaan defisit akan berakibat terhadap semakin berkurangnya *share* untuk sektor swasta. Penerbitan obligasi negara akan mengurangi harga obligasi negara itu sendiri dan meningkatkan suku bunga, sehingga akan mematahkan permintaan potensial investasi swasta.

## 2.3. Pengaruh Defisit Anggaran terhadap Suku Bunga: Pandangan Klasik, Keynesian, dan Ricardian

Idealnya pemerintah membiayai anggarannya dengan menggunakan instrumen perpajakan. Sehingga total pengeluaran pemerintah akan sama dengan penerimaan pajak. Kondisi ini sulit untuk diwujudkan dalam dunia nyata, terutama untuk negara-negara yang sedang berkembang karena basis pajaknya sangat terbatas. Alternatif pembiayaan yang sering dilakukan yaitu dengan melakukan pinjaman ke luar negeri untuk negara-negara yang sedang berkembang dan meminjam ke dalam negeri bagi negara-negara maju. Bagian ini akan membahas tentang tiga aliran pemikiran yaitu: Klasik, Keynesian dan Ricardian (Elmendorf et al., 1998).

Aliran pemikiran klasik berpandangan bahwa kenaikan pembiayaan defisit anggaran atau pengurangan pajak (*tax cut*) akan berpengaruh terhadap meningkatnya *disposable income* (pendapatan yang siap dibelanjakan). Naiknya *disposable income* menyebabkan konsumen akan membelanjakan untuk barang dan jasa yang lebih banyak. Penambahan kekayaan yang positif berpengaruh terhadap penambahan permintaan agregat. Dalam jangka pendek: kenaikan pinjaman di pasar modal oleh pemerintah hanya bersifat kompensasi parsial terhadap adanya tambahan tabungan. Kenaikan suku bunga dibutuhkan untuk memulihkan keseimbangan yang disebabkan oleh kenaikan tabungan dan berkurangnya konsumsi dan permintaan investasi. Dalam jangka panjang: berkurangnya investasi akan menyebabkan stok kapital menjadi kecil, dan selanjutnya akan membuat pertumbuhan ekonomi menjadi lebih kecil.

Keynesian berpandangan bahwa kenaikan permintaan agregat akan berpengaruh terhadap akumulasi kapital dan output agregat. Pemotongan pajak menyebabkan kenaikan permintaan agregat. Hal ini disebabkan oleh *sticky wages*, *sticky prices* atau kekeliruan persepsi temporer. Perubahan dalam permintaan agregat akan berpengaruh terhadap pemanfaatan (*utilization*) faktor produksi. Keynesian berpendapat bahwa kebijakan anggaran defisit akan berpengaruh terhadap pendapatan nasional hanya melalui perubahan penawaran faktor produksi (Elmendorf et al., 1998).

Pengaruh defisit anggaran terhadap suku bunga dalam pandangan konvensional sebagai berikut: jika pemerintah melakukan pemotongan pajak yang disertai oleh penerbitan obligasi baru (berarti utang negara meningkat). Obligasi negara yang telah jatuh tempo harus tetap dibayar ditambah dengan beban *coupon*. Jika pemerintah lebih memilih membiayai pengeluarannya dengan penerbitan obligasi baru daripada peningkatan pajak maka akan berpengaruh terhadap peningkatan tingkat suku bunga. Dalam kondisi yang lain ketika tingkat pajak mengalami kenaikan dan tidak berpengaruh terhadap pengeluaran pemerintah dan investasi maka permintaan dana pinjaman (*loanable funds*) akan menurun.

*Ricardian Equivalence Hypothesis* (REH) berpendapat bahwa beberapa kebijakan pemerintah tidak akan membawa pengaruh yang penting bagi perekonomian, *neutrality proposition*. REH mengkombinasikan dua pendekatan yang fundamental yaitu: kendala anggaran pemerintah dan *Permanent Income Hypothesis* (PIH). Kendala anggaran pemerintah menyatakan apabila pengeluaran pemerintah tidak mengalami perubahan maka tingkat pajak yang rendah sekarang akan diimbangi oleh kenaikan tingkat pajak dikemudian hari. PIH menyatakan bahwa rumah tangga akan mendasarkan keputusan konsumsinya berdasarkan *permanent income*, yang besarnya sangat tergantung oleh nilai sekarang pendapatan setelah pajak. Pembiayaan defisit anggaran dengan memotong pajak sekarang akan mempengaruhi beban pajak dikemudian hari, tetapi tidak dalam nilai sekarang, sehingga pemotongan pajak tidak akan mengubah *permanent income* atau konsumsi (Elmendorf et al., 1998).

#### **2.4. Tinjauan Penelitian Terdahulu.**

Studi empiris tentang defisit anggaran telah banyak dilakukan diberbagai negara termasuk Indonesia. Pendefinisian defisit anggaran tergantung dengan tujuan studi. Penyusunan persamaan keseimbangan fiskal dalam model ekonometrika biasanya dihubungkan dengan sebuah persamaan kendala anggaran pemerintah, sehingga akan jelas terlihat besarnya defisit anggaran dan alternatif pembiayaannya. Selanjutnya dilakukan identifikasi terhadap hubungan pembiayaan defisit terhadap variabel ekonomi makro (inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, dan lain-lain). Beberapa penelitian tentang defisit anggaran dapat diringkas dalam tabel 2.

#### **3. Metoda Penelitian**

Rumusan masalah akan dijawab dengan melakukan simulasi model ekonomi makro pembiayaan defisit anggaran yang telah dispesifikasikan oleh Waluyo (2005). Model Waluyo (2005) mengadopsi

model yang telah ada yaitu: Model Chantrasm (1990), Model Tokunaga (1997), Model Soelistyo *et al.* (1998), Model Joseph *et al.* (1999), Model Gunardi (2000), Model Choeryanto (2003), dan Model Saleh (2004). Model yang digunakan bersifat *small open macroeconomic model* yang menitikberatkan pada sisi keuangan negara. Model yang dispesifikasikan dalam kerangka keseimbangan *agregate demand* dan *agregate supply*.

Secara lengkap model terdiri dari: 6 blok dengan 37 persamaan, 17 persamaan perilaku, dan 18 persamaan identitas, dengan 2 persamaan identitas yang menunjukkan keseimbangan pasar (Keseimbangan permintaan dan penawaran agregat ( $Y=Q$ ), dan Keseimbangan pasar uang ( $MD = MS$ )). Jumlah variabel endogen sama dengan jumlah persamaan (perilaku dan identitas) maka secara matematis model dapat diestimasi. Struktur masing-masing blok dapat dijelaskan dengan menspesifikasikan persamaan perilaku untuk masing-masing blok sebagai berikut:

1. Blok Produksi

$$\ln Q_t = q_t f(\ln KG_t, \ln KP_t, \ln L_t) \dots\dots\dots (4.1)$$

$$KG_t = KG_{t-1} + IG_t - (0,1839 \cdot KG_{t-1}) \dots\dots\dots (4.2)$$

$$KP_t = KP_{t-1} + IP_t - (0,1839 \cdot KP_{t-1}) \dots\dots\dots (4.3)$$

Di mana:

Q = Produk Nasional = GDP (1993=100)      L = Tenaga Kerja  
KG = Kapital Stok Pemerintah      IG = Investasi Pemerintah  
KP = Kapital Stok Swasta      IP = Investasi Swasta

2. Blok Sektor Riil

$$CP_t = cp_t f((YD_t), CP_{t-1}) \dots\dots\dots (4.4)$$

$$YD_t = Y_t - TX_t \dots\dots\dots (4.5)$$

$$IP_t = ip_t f(Y_t, i_t, IP_{t-1}) \dots\dots\dots (4.6)$$

$$CG_t = cg_t f(GR_t, CG_{t-1}) \dots\dots\dots (4.7)$$

$$IG_t = ig_t f(Y_t, R_t, KG_{t-1}, POP_t) \dots\dots\dots (4.8)$$

$$XO_t = xo_t f(VALOIL_t, Y_t) \dots\dots\dots (4.9)$$

$$XN_t = xn_t f(MW_{t-1}, PX_t, E_t, TOT_t) \dots\dots\dots (4.10)$$

$$M_t = m_t f(Y_t, E_t, M_{t-1}) \dots\dots\dots (4.11)$$

$$Y_t = CP_t + CG_t + IP_t + IG_t + ((XO_t + XN_t) - M_t) \dots\dots\dots (4.12)$$

$$Q_t = Y_t \dots\dots\dots (4.13)$$

**Tabel 2**  
**Studi Empiris Tentang Defisit Anggaran**

No	Studi	Sampel	Metodologi/Teknik Ekonometrika	Hasil Temuan dan Kesimpulan Utama
1.	Marcelo Giugale and Hinh T. Dinh (1990)	Mesir (1980 - 1989)	Persamaan Simultan: ARIMA, dan IV	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahwa pembiayaan defisit dengan pencetakan uang menyebabkan inflasi tinggi.</li> <li>- Pembiayaan dengan menggunakan utang luar negeri berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi.</li> <li>- Devaluasi nilai tukar berpengaruh terhadap perubahan suku bunga riil.</li> <li>- Kebijakan moneter yang ketat menyebabkan kontrol terhadap nilai tukar tidak diperlukan.</li> <li>- Bauran kebijakan fiskal dan moneter yang ketat diperlukan untuk menjaga kestabilan harga dan pertumbuhan ekonomi.</li> </ul>

**Pengaruh Pembiayaan Defisit Anggaran terhadap Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi**  
(Joko Waluyo)

No	Studi	Sampel	Metodologi/Teknik Ekonometrika	Hasil Temuan dan Kesimpulan Utama
2.	Riccardo Faini (1991)	Marocco (1974 - 1988)	Persamaan Simultan TSLs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persamaan Simultan dengan 34 persamaan perilaku dan 35 variabel endogen.</li> <li>- <math>\Delta Bg - CA = I_{pub} - S_g</math>. Di mana <math>\Delta Bg</math> adalah perubahan utang pemerintah, CA adalah neraca transaksi berjalan, <math>I_{pub}</math> adalah investasi pemerintah dan <math>S_g</math> adalah tabungan pemerintah.</li> <li>- <b>Kesimpulan:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terjadi peningkatan dalam pembiayaan defisit dengan menggunakan utang luar negeri.</li> <li>- Pembiayaan dengan operasi moneter tidak memungkinkan, karena menyebabkan inflasi tinggi.</li> <li>- Hasil simulasi menunjukkan bahwa kenaikan dalam pengeluaran rutin pemerintah akan menyebabkan <i>crowding out</i> pada investasi swasta.</li> <li>- Kebijakan fiskal ekspansif memungkinkan nilai tukar berpengaruh terhadap <i>credit rationing</i> pada permintaan investasi dengan pengaruh terbatas pada tingkat suku bunga.</li> </ul> </li> <li>- Persamaan Kendala Anggaran: <math>Dg = C_g + I_g - T</math></li> <li>- Pembiayaan anggaran dinyatakan sebagai variabel eksogen.</li> <li>- <b>Kesimpulan:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kenaikan pajak akan mengurangi defisit anggaran.</li> <li>- Peranan pajak sebagai stabiliser otomatis meningkat.</li> <li>- Ketergantungan pada pajak perdagangan internasional meningkat.</li> <li>- Hasil simulasi menunjukkan bahwa pembiayaan dengan pencetakan uang akan menyebabkan meningkatnya tagihan pada sektor pemerintah dan meningkatkan uang primer dan uang beredar.</li> </ul> </li> </ul>
3.	Virabongse Ramangkura, and Bhanupongse Nindhiprabha, (1991)	Thailand (1970.1-1987.4)	Persamaan Simultan: IV dan SUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Defisit domestik, <i>imported inflation</i>, fluktuasi harga migas merupakan penyebab inflasi yang utama di Indonesia.</li> <li>- Bahwa preposisi Ricardian Equivalence Hypothesis merupakan good approximation untuk studi tentang pengaruh utang antar generasi.</li> <li>- Pembiayaan defisit APBN tidak berpengaruh terhadap keputusan agen dalam mengatur konsumsinya.</li> <li>- Saran: Penerbitan obligasi sebagai alternatif pembiayaan defisit</li> </ul>
4.	A. Gunawan (1991)	Indonesia (1969-1992)	OLS	
5.	Arti Adji (1994, 1995)	Indonesia (1971.1-1992.4)	- Model Leiderman Blejer - <i>Error Correction Model</i> (ECM)	



No	Studi	Sampel	Metodologi/Teknik Ekonometrika	Hasil Temuan dan Kesimpulan Utama
6.	Rodzidyanti (1995)	Indonesia (1969.1- 1993.2)	- Model Leiderman Blejer - <i>Granger Causality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan <i>Ricardian Equivalence Hypothesis</i> maka pembiayaan anggaran pemerintah adalah netral terhadap perekonomian.</li> <li>- Adanya transfer antar generasi dari orang tua kepada keturunannya.</li> <li>- Tidak terdapat <i>liquidity constraint</i> pada masyarakat Indonesia.</li> <li>- Asumsi: <i>Finite horizon</i>.</li> <li>- Defisit APBN tidak berpengaruh terhadap tingkat suku bunga riil.</li> </ul>
7.	Arti Adji (1996)	Indonesia (1974- 1989)	<i>Ordinary Least Square (OLS)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Defisit APBN tidak menyebabkan terjadinya <i>crowding out effect</i>.</li> <li>- Saran: Mencari sumber pembiayaan lewat: peningkatan perpajakan dan pinjaman ke dalam negeri (penerbitan obligasi).</li> <li>- Pembiayaan defisit yang dibiayai dengan utang luar negeri menyebabkan inflasi.</li> </ul>
8.	H. S. Gunardi (2000)	Indonesia (1969- 1992)	<i>Two Stage Least Square (TSLS)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Simulasi model menunjukkan instrumen perpajakan merupakan kebijakan terbaik, karena mampu menjamin kesinambungan fiskal pemerintah.</li> </ul>
9.	Edward Ghartey (2003)	Jamaica (1961.1 - 1998.4)	<i>Vector Error Correction Model (VECM)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semua variabel stationer dengan menggunakan uji ADF dan PP.</li> <li>- Suku bunga dan defisit anggaran sebagai variabel endogen</li> <li>- Suku bunga merupakan sumber utama kenaikan uang primer</li> <li>- Pertumbuhan ekonomi dan kredit mengurangi defisit, tetapi berpengaruh kecil terhadap pertumbuhan ekonomi.</li> <li>- Kenaikan pengeluaran pemerintah berpengaruh <i>contractionary</i> dan bukan <i>inflationary</i>.</li> </ul>

Keterangan: Penelitian tentang studi literatur defisit anggaran yang lebih komprehensif dapat dibaca pada: Ali Salman Saleh, 2004, *Public Sector Defisit s and Macroeconomics Performance in Lebanon*, Ph.D Dissertation, University of Wollongong Australia, terutama bab 4 dan ibid. The Budget Defisit and Economic Performance: A Survey. *University of Wollongong Economics Working Paper Series*, September 2003.

Di mana:

CP = Konsumsi Swasta.	YD = Pendapatan Disposabel.
TX = Penerimaan Pajak.	i = Suku Bunga Riil.
GR = Penerimaan Pemerintah	R = Suku Bunga Nominal.
POP= Jumlah Penduduk.	VALOIL = Volume Minyak Bumi Indonesia.
MW = Impor Dunia.	PX = Indeks Harga Ekspor Indonesia.
E = Nilai Tukar (Rp/US\$).	TOT = <i>Terms of trade</i> .
CG = Konsumsi Pemerintah.	XO = Eksport Minyak dan Gas bumi.
XN = Ekspor Non Migas.	M = Impor barang dan jasa.
Y = Pendapatan Nasional = GDP (1993=100).	

3. Blok Sektor Pemerintah

$$\begin{aligned} \text{DEF}_t &= \text{GR}_t - \text{GE}_t \dots\dots\dots (4.14) \\ \text{GR}_t &= \text{TX}_t + \text{NTX}_t \dots\dots\dots (4.15) \\ \text{TX}_t &= \text{tx}_t f(\text{TC}_t, \text{Y}_t, \text{DUMKRIS}_t) \dots\dots\dots (4.16) \\ \text{NTX}_t &= \text{GROG}_t + \text{ONTX}_t \dots\dots\dots (4.17) \\ \text{GROG}_t &= \text{grog}_t f(\text{PO}_t, \text{PRO}_t, \text{E}_t, \text{GROG}_{t-1}) \dots\dots\dots (4.18) \\ \text{GE}_t &= \text{CG}_t + \text{IG}_t + \text{TR}_t \dots\dots\dots (4.19) \\ \text{TR}_t &= \text{DSCF}_t + \text{SUB}_t \dots\dots\dots (4.20) \\ \text{DSCF}_t &= \text{dscf}_t f((\text{E}_t * \text{RF}_t * \text{SGDF}_{t-1}), \text{DEF}_t, \text{GDF}_t) \dots\dots\dots (4.21) \\ \text{GDCB}_t &= \text{DEF}_t - \text{GDNCB}_t - \text{GDF}_t - \text{GDN}_t \dots\dots\dots (4.22) \end{aligned}$$

Di mana:

DEF	= Defisit Anggaran.	NTX	= Penerimaan Non Pajak
TC	= Tax Effort.	DUMKRIS	= Dummi Krisis
GROG	= Penerimaan Pemerintah dari Gas dan Oli		
PO	= Harga Minyak dunia.	PRO	= Produksi minyak dan gas bumi
TR	= Transfer.	DSCF	= Pembayaran cicilan utang luar negeri
RF	= Suku Bunga International.	SGDF	= Stok utang pemerintah
GDF	= Utang Pemerintah.	GDN	= Utang dalam negeri pemerintah
GDCB	= Pembiayaan Defisit Anggaran Melalui Bank Central		
GDNCB	= Pembiayaan Defisit Anggaran Melalui Bank Umum.		

4. Blok Sektor Moneter

$$\begin{aligned} \text{MS}_t &= \text{MM}_t \cdot \text{MB}_t \dots\dots\dots (4.23) \\ \text{MM}_t &= \text{mm}_t f(\text{dYD}_t, \text{RR}_t, \text{R}_t, \text{GDNCB}_t) \dots\dots\dots (4.24) \\ \text{MB}_t &= (\text{FR}_t * \text{E}_t) + \text{DC} \dots\dots\dots (4.25) \\ \text{FR}_t &= \text{dFR}_t + \text{FR}_{t-1} \dots\dots\dots (4.26) \\ \text{DC}_t &= \text{GDCB}_t + \text{RBC}_t \dots\dots\dots (4.27) \\ \text{RBC}_t &= \text{rbc}_t f(i_t, \text{E}_t, \text{RR}_t, \text{dPD}_t) \dots\dots\dots (4.28) \\ \text{MD}_t &= \text{md}_t f(\text{Y}_t, i_t) \dots\dots\dots (4.29) \\ \text{MS} &= \text{MD} \dots\dots\dots (4.30) \\ \text{R}_t &= \text{R}_t f(\text{Y}_t, \text{E}_t, \text{MS}_t, \text{PON}_t) \dots\dots\dots (4.31) \\ i_t &= \text{R}_t - \text{dPD}_t \dots\dots\dots (4.32) \end{aligned}$$

Di mana:

MS	= Penawaran Uang	MM	= Angka Pengganda Uang
MB	= Uang Primer.	FR	= Cadangan Devisa
dYD	= Perubahan Pendapatan Disposabel.	RBC	= Cadangan kredit Bank Central
DC	= Kredit Domestik.	MD	= Permintaan Uang
dPD	= Inflasi.	RR	= Cadangan Minimum
PON	= Harga Obligasi Pemerintah.		

5. Blok Harga

$$\text{dPD}_t = \text{dpd}_t f(\text{dY}_t, \text{dMS}_t, \text{dPDF}_t, \text{dPD}_{t-1}) \dots\dots\dots (4.33)$$

Di mana:

d	= Persentase Perubahan.	PDF	= Inflasi luar negeri
---	-------------------------	-----	-----------------------

6. Blok Neraca Pembayaran

$$\text{CRA}_t = ((\text{XO}_t + \text{XN}_t) * (1/\text{E}_t)) - (\text{M}_t * (1/\text{E}_t)) + \text{DSCF}_t \dots\dots\dots (4.34)$$

$$\text{CPA}_t = (\text{GDF}_t - (\text{DSF}_t)) + (\text{PNCL}_t) \dots\dots\dots (4.35)$$

$$\text{dFR}_t = \text{CRA}_t + \text{CPA}_t \dots\dots\dots (4.36)$$

$$\text{E}_t = \text{e}_t f(\text{DC}_t, \text{FR}_t, \text{Y}_t, i_t, \text{dPD}_t) \dots\dots\dots (4.37)$$

Di mana:

CRA = Neraca Transaksi Berjalan

CPA = Neraca Modal

PNCI = Aliran Modal Masuk Swasta Bersih.

DSF = Pembayaran Cicilan Pokok utang Luar Negeri.

Data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari Statistik Indonesia (Biro Pusat Statistik), Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia (Bank Indonesia), Nota Keuangan dan RAPBN (Departemen Keuangan), *International Finance Statistik Year Books (International Monetary Fund)*. Dalam penelitian ini digunakan data kapital stok yang telah diestimasi oleh Wicaksono *et al.* (2002 dan 2003) dan Yudanto *et al.* (2004). Perbedaan antara tahun fiskal (April–Maret) dengan tahun kalender (Januari–Desember) pada sebagian besar tahun penelitian mengharuskan peneliti melakukan interpolasi linear. Besarnya pembiayaan melalui sektor perbankan berasal dari NCG pada neraca otoritas moneter dan neraca konsolidasi bank umum seperti yang disarankan oleh Booth dan McCawley (1981), dan Gunardi (2000).

Data pembiayaan dari luar negeri (utang pemerintah netto) berasal dari neraca pembayaran yang dinyatakan dalam US\$. Data investasi dan konsumsi sektor pemerintah (CG dan IG) yang merupakan besarnya jumlah pengeluaran pemerintah setelah ditambah pembayaran transfer (subsidi dan pembayaran cicilan pokok dan bunga utang) tidak tersedia dengan mudah. Konsumsi pemerintah (CG) digunakan proksi variabel dengan menjumlahkan: belanja pegawai dan barang dalam negeri dan luar negeri, dana alokasi umum (DAU), dana otonomi khusus dan penyeimbang, dan pengeluaran rutin lainnya. Investasi pemerintah (IG) diproksi dengan menggunakan pejumlahan: pembiayaan dalam rupiah, bantuan proyek, dana bagi hasil, dan dana alokasi khusus (DAK). Sedangkan pembayaran transfer terdiri dari pembayaran bunga utang dalam negeri/luar negeri dan subsidi (migas dan non migas). Permasalahan utama yang terjadi dengan pengklasifikasian seperti ini adalah tidak adanya jaminan bahwa investasi pemerintah (IG) terbebas dari penggunaan untuk konsumsi, begitu juga sebaliknya.

Untuk kepentingan simulasi maka perlu ditentukan variabel kebijakan dan variabel target. Variabel target dapat diklasifikasikan sebagai berikut: Satu: Alternatif kebijakan pembiayaan defisit, terdiri dari: 1) Kenaikan penarikan utang luar negeri bersih sebesar 25%, 2) Kenaikan pembiayaan melalui bank sentral sebesar 25%, 3) Kenaikan pembiayaan melalui bank umum sebesar 25%. Dua: Kebijakan untuk mengurangi defisit anggaran, terdiri dari: 1) Kenaikan *tax effort* sebesar 25%, 2) Mengurangi subsidi BBM sebesar 25%. Tiga: Kebijakan moneter, terdiri dari: Menaikkan cadangan minimum bank umum sebesar 1 poin. Semua variabel kebijakan dispesifikasikan sebagai variabel eksogen kecuali variabel pembiayaan melalui bank umum dispesifikasikan sebagai variabel *add factors*. Tingkat inflasi dan pertumbuhan ekonomi ditentukan sebagai variabel target, sehingga dispesifikasikan sebagai variabel endogen.

Metode simulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *stochastic simulation* dengan menggunakan algoritma *extended Newton*. Metode simulasi stokastik dipilih karena lebih *powerfull* dibandingkan metode simulasi deterministik (Pyndick, 1998). Dalam simulasi stokastik setiap replikasi selalu mempertimbangkan *error terms* yang ada atau lebih tepatnya dalam meramalkan nilai variabel endogen selalu dimulai dengan menciptakan *error* yang baru dengan tetap mempertahankan nilai koefisien/parameter regresi. Simulasi dilakukan sebanyak 10.000 replikasi (ulangan) dengan interval keyakinan sebesar 95% (dua sisi).

Langkah pertama dalam proses simulasi adalah menentukan *baseline* yang merupakan *dynamic optimal path* dari model yang telah dispesifikasikan. *Baseline* ditentukan dengan men-*solve* model regresi ditambah dengan persamaan identitas, tanpa diberikan shock apapun. Hasil yang didapat akan digunakan sebagai dasar untuk melihat pengaruh pemberian suatu shock terhadap variabel endogen. Langkah selanjutnya men-*solve* model yang telah diberikan shock pada model regresi. Hasil yang didapat akan dibandingkan dengan *baseline* bukan dengan nilai aktualnya. Nilai simpangan/standar deviasi menunjukkan besarnya pengaruh pemberian suatu *shock* terhadap variabel endogen.

Uji kemampuan peramalan model dilakukan terhadap kualitas model untuk melakukan peramalan. Kemampuan peramalan suatu model dapat dilihat dari seberapa jauh terjadi perbedaan antara nilai variabel endogen yang sebenarnya menurut observasi dengan nilai variabel endogen menurut perhitungan simulasi dalam periode yang diteliti (*ex post simulation*). Indikator yang digunakan adalah: 1) *Root of Mean Square Error* (RMSE), 2) *Mean Absolute Error* (MAE), 3) *Mean Absolute Percent Error* (MAPE), 4) *Theil Inequality Coefficient* (TIC). Indikator RMSE, MAE, dan MAPE merupakan ukuran deviasi antara nilai simulasi dengan nilai aktual. Makin kecil deviasi (yang ditunjukkan dengan makin kecilnya nilai indikator), maka akan semakin dekat (berhimpit) antara nilai aktual dengan nilai simulasi. Indikator TIC terletak diantara nilai nol sampai dengan satu, jika mendekati nol menunjukkan ketepatan prediksi dan sebaliknya jika mendekati satu maka nilai simulasi akan jauh dari nilai aktual. Indikator TIC ini juga dilengkapi dengan dekomposisinya, yang terlihat dari nilai-nilai proporsinya (*bias, variance, covariance proportion*).

#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam model *single equation* yang ditaksir dengan SYS TSLS uji statistik model yang digunakan sudah memenuhi semua asumsi *Classical Linear Regression Model* (CLRM) (Waluyo; 2005). Hasil ini akan memberikan harapan bahwa dalam model simultan yang dispesifikasikan mampu untuk memberikan hasil ramalan yang memuaskan. Pengujian lebih lanjut perlu dilakukan untuk melihat kemampuan peramalan model regresi, sehingga nilai ramalan akan mendekati dengan nilai aktual. Kriteria evaluasi yang digunakan yaitu RMSE, MAE, MAPE dan *Theil's inequality coefficient*, hasil pengujian kemampuan peramalan model dapat dilihat pada tabel 3.

Uji kemampuan peramalan model (RMSE, MAE, MAPE) pada range data yang tersedia menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan relatif kecil. Hal ini menunjukkan model akan menghasilkan nilai ramalan untuk semua variabel endogen dengan kesalahan rata-rata yang relatif kecil. Kesalahan dalam melakukan peramalan terkecil terlihat pada persamaan fungsi produksi dan nilai tertinggi pada persamaan pembayaran cicilan dan bunga utang luar negeri dan cadangan kredit bank sentral.

**Tabel 3**  
**Uji Kemampuan Peramalan Model: Ex-post Simulation**

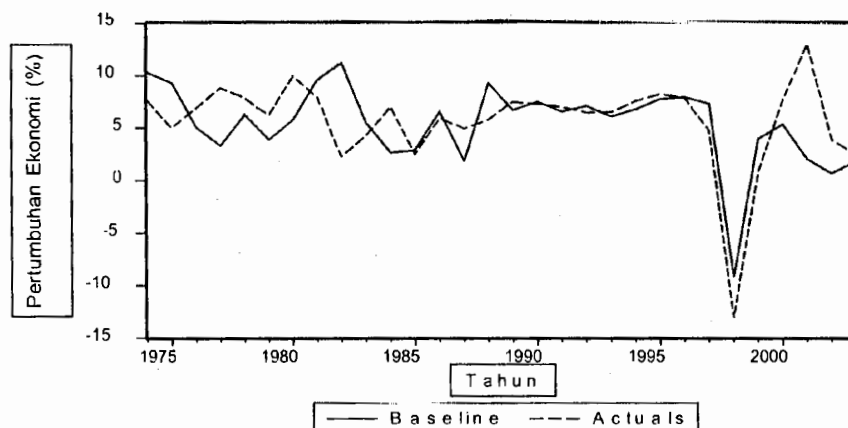
Persamaan Struktural	RMSE	MAE	MAPE	Theil Inequality			
				Koef	Proporsi		
					Bias	Varian	Covarian
1. Fungsi Produksi	0.04	0.03	0.75	0.01	0.00	0.00	0.99
2. Konsumsi Swasta	3.62	2.38	4.49	0.03	0.06	0.03	0.91
3. Investasi Swasta	2.40	1.72	9.96	0.07	0.0	0.02	0.99
4. Konsumsi Pemerintah	0.82	0.67	448.86	0.07	0.15	0.05	0.80
5. Investasi Pemerintah	0.48	0.41	135.07	0.07	0.01	0.00	0.99
6. Ekspor Minyak	1.58	0.73	27.12	0.09	0.03	0.02	0.95
7. Ekspor Non-Migas	3.60	2.61	13.98	0.06	0.00	0.02	0.98
8. Impor Barang dan Jasa	3.38	2.10	10.08	0.07	0.00	0.02	0.98
9. Penerimaan Pajak	1.54	1.29	479.88	0.09	0.10	0.02	0.88
10. Penerimaan Minyak dan Gas	0.9	0.57	32.61	0.11	0.00	0.02	0.98
11. Pemb. Cicilan dan Bunga ULN	3.19	2.46	689.01	0.07	0.00	0.03	0.97
12. Angka Pengganda Uang	0.12	0.09	6.44	0.04	0.01	0.02	0.97
13. Cadangan Kredit Bank Sentral	5.66	3.96	231.64	0.13	0.00	0.09	0.91
14. Permintaan Uang	0.06	0.04	6.05	0.03	0.00	0.01	0.98
15. Suku Bunga Nominal	0.03	0.02	16.91	0.08	0.00	0.01	0.99
16. Inflasi	0.45	0.29	19.65	0.05	0.17	0.36	0.47
17. Nilai Tukar	0.67	0.51	53.19	0.08	0.01	0.02	0.97

Sumber: Hasil estimasi regresi

*Theil's Inequality Coefficient* (TIC) terletak antara 0.01 – 0.13, berarti simpangan antara nilai aktual dengan nilai prediksi sangat kecil. Hasil ini ditunjang pula dengan hasil dekomposisi TIC yang menunjukkan bahwa: Nilai proporsi bias menunjukkan bahwa rata-rata (*mean*) simpangan antara nilai aktual dengan nilai taksiran terletak antara 0.00 (sangat sempurna) sampai dengan 0.17; Nilai proporsi dari Varians terletak antara 0.00 – 0.36, berarti varians antara nilai taksiran dengan nilai aktual sangat kecil, kecuali pada persamaan inflasi.; dan Nilai Proporsi covarian menunjukkan bahwa tidak terjadi pengulangan kesalahan yang sistematis dalam model yang digunakan. Hasil TIC secara keseluruhan menunjukkan kualitas peramalan model yang baik, karena nilai bias dan nilai varian yang kecil sehingga kesalahan peramalan akan bertumpu pada covarian-nya.

#### 4.1. Baseline Skenario

Tujuan utama membuat baseline skenario untuk melihat *dynamic optimal path* dari model. Nilai aktual dari data yang ada belum mencerminkan nilai optimal dalam model regresi (Pyndick, 1998). Di samping itu baseline skenario juga menunjukkan nilai *dynamic multiplier* dari variabel eksogen dalam mempengaruhi variabel endogen. Pada gambar 1 terlihat *baseline* skenario untuk pertumbuhan ekonomi. Terlihat bahwa pola data sepanjang tahun penelitian adalah relatif sama, sedikit perbedaan mungkin disebabkan oleh penggunaan AR(2). Hal ini menunjukkan bahwa model dapat digunakan untuk melakukan simulasi kebijakan.



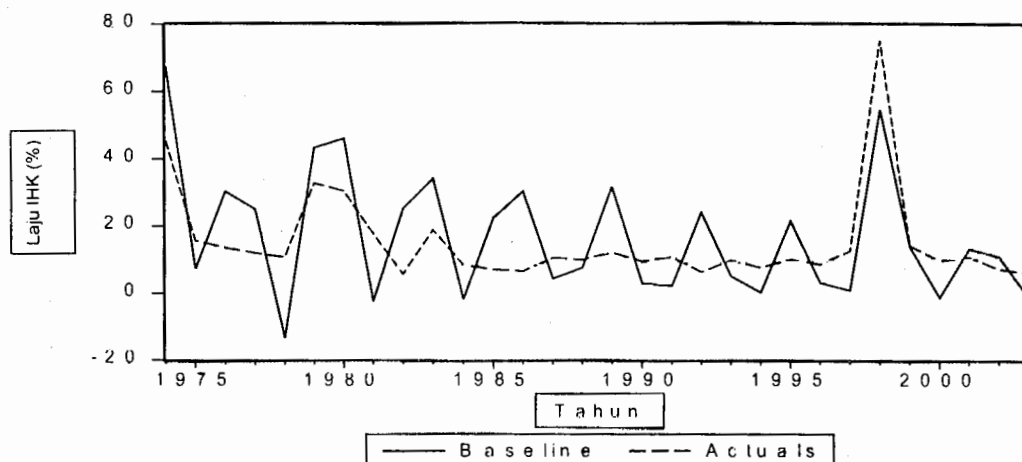
**Gambar 1**  
Pertumbuhan Ekonomi: *Baseline* Skenario  
(Harga Konstan Tahun 2000)

Gambar 2 menunjukkan perbandingan antara *baseline* dengan nilai aktualnya pada variabel inflasi. Nilai *baseline* relatif lebih fluktuatif, jika dibandingkan dengan nilai aktual. Pola pergerakan nilai *baseline* relatif sama dengan nilai aktual. Hal ini mengindikasikan bahwa model bisa digunakan untuk melakukan simulasi kebijakan. Simulasi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *baseline neutral*, artinya hasil simulasi tidak akan banyak berubah jika *baseline* diubah kecuali perbedaan *baseline* dengan nilai aktual relatif besar.

#### 4.2. Pengaruh Kenaikan Penarikan Utang Luar Negeri Bersih Sebesar 25 Persen

Utang luar negeri merupakan kebijakan utama yang dijalankan untuk pembiayaan defisit anggaran pemerintah pusat selama tahun penelitian. Dalam analisis ini akan diasumsikan bahwa pemerintah akan membiayai defisit anggaran hanya dengan menggunakan utang luar negeri. Simulasi

dilakukan dengan asumsi penarikan utang luar negeri baru meningkat sebesar 25%. Pengaruh kenaikan utang luar negeri terhadap neraca modal sangat tergantung oleh selisih antara besarnya penarikan utang baru dengan pembayaran cicilan pokok utang luar negeri. Pada tahun 2000 neraca modal mengalami kenaikan sebesar 39.8% sedangkan pada tahun 2003 kenaikan penarikan utang tidak berpengaruh terhadap neraca modal.



**Gambar 2**  
**Laju Indeks Harga Konsumen: Baseline Skenario**  
**(Harga Konstan Tahun 2000)**

Pengaruh kenaikan utang luar baru selanjutnya, yaitu akan semakin meningkatkan saldo neraca berjalan sebesar 110.00% pada tahun 2000 dan mengurangi saldo neraca berjalan sebesar 20.9% pada tahun 2003. Pengaruh selanjutnya adalah besarnya cadangan devisa yang dihimpun oleh pemerintah, sebesar 174.10% dan 28.30% pada tahun 2000 dan 2003. Kenaikan cadangan devisa akan menyebabkan kenaikan pada uang primer sebesar 44.00% dan 41.00% pada tahun 2001 dan 2003. Kenaikan uang primer yang terjadi setelah berinteraksi dengan angka pengganda uang maka akan menyebabkan kenaikan pada inflasi, sebesar 8.20% pada tahun 2000 dan sebesar 7.90% pada tahun 2003.

Kenaikan neraca modal akan menyebabkan kenaikan pada pengeluaran pemerintah, karena tersedia dana segar dari utang luar negeri. Kenaikan pengeluaran pemerintah akan menyebabkan keeluasaan pada investasi yang harus dilakukan, sehingga investasi pemerintah akan meningkat sebesar 16.30% pada tahun 2000 dan 15.80% pada tahun 2003. Kenaikan investasi pemerintah menyebabkan kenaikan pada pembentukan kapital stok oleh pemerintah, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

**Tabel 4**  
**Estimasi Pengaruh Kenaikan Penarikan Utang Luar Negeri Baru Sebesar 25%**

Variabel Endogen	2000	2001	2002	2003
<b>Deviasi terhadap Baseline</b>				
Neraca Modal (CPA)	39.80	123.00	64.90	0.00
Neraca Transaksi Berjalan (CRA)	110.00	-15.20	58.60	-20.90
Cadangan Devisa (FR)	174.10	53.90	55.60	28.30
Pengeluaran Pemerintah (GE)	11.90	12.40	20.60	15.60
Investasi Pemerintah (IG)	16.30	16.50	16.00	15.80
Kapital Stok Pemerintah (KG)	16.00	16.10	16.10	16.00
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	16.50	16.80	16.00	15.40
Uang Primer (MB)	19.00	44.00	39.00	41.00
Uang Beredar (MS)	10.60	10.80	10.90	9.40
Defisit Anggaran (DEF)	-34.90	-46.40	207.00	18.30
Perubahan Harga (DPD)	8.20	8.00	8.20	7.90

Sumber: Simulasi Hasil Estimasi Regresi

#### 4.3. Pengaruh Kenaikan Pembiayaan Melalui Bank Sentral Sebesar 25 Persen

Berdasarkan UU RI No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia menunjukkan bahwa Bank Indonesia merupakan pemegang kas pemerintah (pasal 52). Fakta ini berimplikasi bahwa pemerintah mempunyai rekening pada bank sentral. Hal ini menunjukkan bahwa neraca otoritas moneter akan berhubungan dengan APBN, yang di APBN dicatat sebagai SAL/SILPA, sedangkan pada neraca otoritas moneter dicatat sebagai *net claims on central government* (NCG). Dalam simulasi kebijakan variabel NCG bank sentral didefinisikan sebagai *add factors*. Pada simulasi ini diasumsikan bank sentral akan memberikan kredit kepada pemerintah untuk membiayai defisit APBN (walaupun menurut Undang Undang No.23 Tahun 1999 tidak diijinkan lagi).

Tabel 5 menunjukkan bahwa kenaikan pembiayaan melalui bank sentral akan meningkatkan domestik kredit sebesar 4.00% pada akhir tahun simulasi. Kenaikan domestik kredit akan meningkatkan uang primer sebesar 27.00% pada tahun 2000, dan 26.00% pada akhir tahun 2003. Kenaikan uang primer akan menyebabkan kenaikan pada penawaran uang (jumlah uang beredar ditangan masyarakat) sebesar 24.41% pada akhir simulasi. Kenaikan penawaran uang setelah berinteraksi dengan angka pengganda uang akan berpengaruh terhadap kenaikan perubahan tingkat harga sebesar 1.70% pada tahun 2000 dan 1.60% pada tahun 2003. Sedangkan pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat sebesar 0.59% pada akhir tahun simulasi.

**Tabel 5**  
**Estimasi Pengaruh Kenaikan Pembiayaan Melalui**  
**Bank Sentral Sebesar 25 Persen**

Variabel Endogen	2000	2001	2002	2003
<b>Deviasi Terhadap Baseline (%)</b>				
Domestik Kredit (DC)	507.00	14.00	591.00	4.00
Uang Primer (MB)	27.00	2.00	26.00	26.00
Penawaran Uang (MS)	35.97	319.97	197.75	24.41
Perubahan Harga (DPD)	1.70	12.80	11.60	1.60
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	1.15	0.65	0.42	0.59

Sumber: Simulasi Hasil Estimasi Regresi

#### **4.4. Pengaruh Kenaikan Pembiayaan Melalui Bank Umum Sebesar 25 Persen**

Hubungan antara pemerintah dengan bank umum tercermin dalam neraca konsolidasi bank umum yang dicatat sebagai NCG. Hasil simulasi terhadap variabel target dapat dilihat pada tabel 6. Kenaikan NCG pada neraca konsolidasi bank umum akan meningkatkan angka pengganda uang pada tahun 2000, dan menurunkan angka pengganda uang pada akhir tahun simulasi. Kenaikan angka pengganda uang setelah berinteraksi dengan uang primer maka akan mempengaruhi kenaikan penawaran uang. Selama tahun simulasi pengaruh kenaikan pembiayaan melalui bank umum akan meningkatkan inflasi, kecuali pada tahun 2000. Perubahan NCG bank umum selama tahun simulasi berpengaruh meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

#### **4.5. Dampak Kenaikan Tax Effort sebesar 25 Persen**

Pada tabel 7 ditampilkan tiga tahun terakhir dari proses simulasi kebijakan. Kenaikan *tax effort* (TC) sebesar 25% akan berdampak meningkatkan penerimaan pajak sebesar 5.40% pada tahun 2000 dan 22.1% pada tahun 2003. Kenaikan penerimaan pajak selanjutnya akan meningkatkan penerimaan pajak sebesar 5.50% pada tahun 2000 dan 20.70% pada tahun 2003. Hal ini akan berdampak meningkatkan pengeluaran pemerintah yang tercermin dalam pengeluaran konsumsi dan investasi pemerintah sebesar 13% dan 35% pada tahun 2003. Dampak selanjutnya akan mengurangi defisit anggaran pemerintah sebesar 17.40% dan 26.10% pada tahun 2002 dan 2003. Kenaikan investasi pemerintah akan meningkatkan pembentukan kapital stok pemerintah sebesar 10.50% pada tahun 2000 dan 9.70% pada tahun 2003. Kenaikan kapital stok akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 3.90% pada tahun 2000 dan 14.00% pada tahun 2003.



**Tabel 6**  
**Estimasi Pengaruh Kenaikan Pembiayaan Melalui**  
**Bank Umum Sebesar 25 Persen**

Variabel Endogen	2000	2001	2002	2003
<b>Deviasi Terhadap Baseline (%)</b>				
Angka Pengganda Uang (MM)	98.60	-237.00	632.90	-26.70
Penawaran Uang (MS)	-4.11	120.63	123.06	-31.95
Perubahan Harga (DPD)	-0.20	12.00	10.90	0.10
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	1.15	0.67	0.41	0.58

Sumber: Simulasi Hasil Estimasi Regresi

Kenaikan pajak juga berpengaruh terhadap pendapatan disposabel masyarakat. Kenaikan *tax effort* sebesar 25% akan berdampak terhadap kenaikan pendapatan disposabel sebesar 5.50% pada tahun 2002 dan 22.00% pada tahun 2003. Kenaikan pendapatan disposabel secara otomatis akan mempengaruhi kemampuan masyarakat untuk berkonsumsi. Konsumsi masyarakat meningkat sebesar 4.10% pada tahun 2000 dan sebesar 14.80% pada tahun 2003. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan pajak yang terjadi akan diimbangi oleh kenaikan pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat naik sebesar 18.10% pada tahun 2000 dan 15.1% pada tahun 2003. Hal ini berarti bahwa efektivitas pemungutan pajak yang dilakukan oleh pemerintah tidak berdampak terhadap menurunnya kesejahteraan masyarakat. Fakta ini menunjukkan bahwa kenaikan tingkat pajak masih bisa dilakukan di Indonesia.

Kenaikan *tax effort* tidak berdampak *inflationary*, hal ini berdasarkan fakta bahwa pada akhir simulasi inflasi akan menurun sebesar 22.00%. Analisis ini diperkuat dengan analisis parsial yang menunjukkan perubahan pendapatan nasional berhubungan positif dan signifikan terhadap perubahan harga. Walaupun pada beberapa tahun terdapat hubungan yang negatif. Hal ini sangat tergantung oleh perubahan pendapatan nasional yang terjadi.

**Tabel 7**  
**Estimasi Dampak Peningkatan *Tax Effort* (TC) sebesar 25 persen**

Variabel Endogen	2000	2001	2002	2003
<b>Deviasi Terhadap Baseline (%)</b>				
Penerimaan Pajak (TX)	5.40	5.40	16.20	22.10
Penerimaan Pemerintah (GR)	5.50	6.60	16.70	20.70
Pendapatan Disposabel (YD)	5.00	5.00	16.00	22.00
Konsumsi Pemerintah (CG)	4.80	5.30	9.00	13.00
Investasi Pemerintah (IG)	5.00	10.00	33.00	35.00
Konsumsi Swasta (CP)	4.10	4.60	9.30	14.80
Pendapatan Nasional (Y)	18.10	17.50	13.90	15.10
Pengeluaran Pemerintah (GE)	5.40	9.20	6.80	10.20
Defisit Anggaran (DEF)	5.10	16.10	-17.40	-26.10
Kapital Stok Pemerintah (KG)	10.50	9.60	9.40	9.70
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	3.90	5.00	9.40	14.00
Perubahan Harga (DPD)	8.00	8.00	9.00	-22.00

Sumber: Simulasi Hasil Estimasi Regresi

#### 4.6. Dampak Penurunan Pengeluaran untuk Subsidi BBM Sebesar 25 Persen

Pengurangan subsidi sebesar 25% akan mengurangi transfer ke masyarakat sebesar 2.20% pada tahun 2000 dan 25.00% pada tahun 2003, tetapi mengalami kenaikan pada tahun 2001 sebesar 40.60% (tabel 8). Hal ini sangat tergantung oleh perubahan beban pembayaran bunga dan cicilan utang luar negeri (DSCF). Jika DSCF berubah sama dengan atau lebih kecil daripada perubahan penurunan subsidi yang dilakukan maka akan berpengaruh negatif terhadap transfer yang terjadi.

**Tabel 8**  
**Estimasi Dampak Pengurangan Subsidi BBM Sebesar 25 persen**

Variabel Endogen	2000	2001	2002	2003
<b>Deviasi terhadap Baseline (%)</b>				
Transfer (TR)	-2.20	40.60	-39.60	-25.00
Pengeluaran Pemerintah (GE)	-3.60	71.80	-64.00	-129.30
Defisit Anggaran (DEF)	-6.10	53.20	-39.80	9.70
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	0.20	1.50	29.40	89.30
Perubahan Harga (DPD)	0.00	0.00	0.00	0.00
Pembayaran Bunga Utang (DSCF)	12.30	9.40	-117.50	410.90

Sumber: Simulasi Hasil Estimasi Regresi

Besarnya transfer yang terjadi akan mengurangi pengeluaran pemerintah sebesar 3.60% pada tahun 2000 dan 129.30% pada tahun 2003. Dampak selanjutnya akan mengurangi defisit anggaran yang terjadi. Pengurangan defisit anggaran akan berdampak terhadap meningkatnya pembayaran beban bunga dan cicilan pokok utang luar negeri. Hal ini mengindikasikan bahwa pengurangan subsidi yang dilakukan, sebagian dananya akan digunakan untuk melakukan pembayaran utang. Pengurangan subsidi sebesar 25% akan berdampak terhadap kenaikan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.20% pada tahun 2000 dan 89.30% pada akhir simulasi. Pengurangan subsidi berdampak netral terhadap perubahan harga.

#### 4.7. Kebijakan Moneter: Kenaikan Cadangan Minimum (*Reserve Requirement*) Bank Umum sebesar 1 poin

Salah satu kebijakan moneter yang dapat dielaborasi lebih lanjut dalam model yang dispesifikasikan adalah dengan meningkatkan cadangan minimum bank umum (RR). Tabel 9 menunjukkan hasil estimasi dampak kenaikan RR sebesar 1 poin. Kenaikan RR akan berdampak meningkatkan RBC sebesar 19.75% pada tahun 2003, selanjutnya akan berdampak meningkatkan domestik kredit (DC) sebesar 40.00% pada tahun 2003. Kenaikan domestik kredit akan meningkatkan uang primer sebesar 25.00% pada akhir simulasi. Pada sisi yang lain kenaikan RR akan meningkatkan angka pengganda uang sebesar 5.00% pada akhir simulasi. Interaksi antara uang primer dengan angka pengganda uang akan berdampak mengurangi penawaran uang sebesar - 6.15% pada akhir simulasi. Penurunan penawaran uang akan berdampak mengurangi inflasi sebesar 0.40% pada akhir tahun 2003. Sedangkan tingkat pertumbuhan ekonomi riil mengalami kenaikan sebesar 0.57% pada akhir tahun simulasi.

**Tabel 9**  
**Estimasi Dampak Kenaikan Cadangan Minimum Bank Umum Sebesar 1 Poin**

Variabel Endogen	2000	2001	2002	2003
<b>Deviasi Terhadap Baseline (%)</b>				
Angka Pengganda Uang (MM)	842.94	-429.66	449.73	5.10
Cadangan Kredit Bank Sentral (RBC)	-20.46	37.18	183.51	19.75
Domestik Kredit (DC)	89.00	-60.00	-491.00	40.00
Uang Primer (MB)	-24.00	-4.00	31.00	25.00
Penawaran Uang (MS)	-33.60	261.63	179.93	-6.15
Perubahan Harga (DPD)	-0.70	12.40	11.10	-0.40
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	1.16	0.65	0.41	0.57

Sumber: Simulasi Hasil Estimasi Regresi

#### 4.8. Beberapa Implikasi Kebijakan

Pada bagian ini akan dicoba menyusun *policy ranking* dari seluruh skenario yang telah dijalankan. Ranking kebijakan ini akan disusun berdasarkan kriteria sebagai berikut: 1) Berdampak paling besar terhadap pertumbuhan ekonomi, 2) Berdampak paling kecil terhadap inflasi, dan 3) Memberikan dampak penurunan defisit anggaran yang paling besar. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 10.

**Tabel 10**  
**Perbandingan Beberapa Skenario**

Variabel Endogen	Akhir Simulasi					
	GDF (+25%)	GDCB (+25%)	GDNCB (+25%)	TC (+25%)	SUB (-25%)	RR (+1)
Pertumbuhan Ekonomi (Q)	15.40	0.59	0.58	14.00	89.30	0.57
Perubahan Tingkat Harga (DPD)	7.90	1.60	0.10	-22.00	0.00	-0.40
Defisit Anggaran (DEF)	18.30	-	-	-26.10	9.70	-

Urutan kebijakan sesuai dengan *policy ranking* yang disusun dapat dilihat pada tabel 11. Berdasarkan kriteria pertama maka urutan ranking kebijakan sebagai berikut: 1) Mengurangi Subsidi BBM, 2) Penarikan utang luar negeri baru, 3) Menaikkan *tax effort*, 4) Menaikkan pembiayaan melalui bank sentral, 5) Menaikkan pembiayaan melalui bank umum, dan 6) Menaikkan cadangan minimum bank umum. Berdasarkan kriteria kedua urutan ranking kebijakan sebagai berikut: 1) Menaikkan *tax effort*, 2) Menaikkan cadangan minimum bank umum, 3) Mengurangi Subsidi BBM, 4) Menaikkan pembiayaan melalui bank umum, 5) Menaikkan pembiayaan melalui bank umum, dan 6) Penarikan utang luar negeri baru. Berdasarkan kriteria ketiga urutan ranking kebijakan sebagai berikut: 1) Menaikkan *tax effort*, 2) Mengurangi Subsidi BBM, 3) Penarikan utang luar negeri baru.

**Tabel 11**  
**Policy Ranking Simulasi Kebijakan**

Variabel Kebijakan	Kriteria			Akhir
	I	II	III	
1. Penarikan Utang Luar Negeri Baru	2	6	3	3
2. Menaikkan Pembiayaan Melalui Bank Sentral	4	5	-	6
3. Menaikkan Pembiayaan Melalui Bank Umum	5	4	-	5
4. Menaikkan <i>Tax Effort</i>	3	1	1	1
5. Mengurangi Subsidi BBM	1	3	2	2
6. Menaikkan <i>Reserve Requirement</i>	6	2	-	4

Berdasarkan *assesment* di atas terlihat bahwa kebijakan dengan menaikkan *tax effort* merupakan kebijakan yang paling baik, kemudian diikuti oleh kebijakan mengurangi subsidi, sedangkan utang ke luar negeri, melalui sektor perbankan merupakan kebijakan yang bersifat *inflationary*. Fakta ini didukung pula dengan masih rendahnya rasio penerimaan pajak terhadap PDB di Indonesia, yaitu sekitar 5.33% – 13.63% atau dengan rata-rata baru mencapai 9.45%. Hal ini mengindikasikan bahwa pemerintah masih mempunyai keleluasaan untuk meningkatkan penerimaan pajaknya.

Pengurangan subsidi BBM merupakan kebijakan yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan tidak bersifat *inflationary*. Di samping itu penghematan BBM akan mengurangi polusi, dan sangat ramah lingkungan. Pengurangan subsidi juga akan “mendidik” masyarakat untuk lebih bijaksana dalam menggunakan energi yang bersifat *non renewable resources*. Permasalahan pengurangan subsidi akan muncul jika dikaitkan dengan permasalahan politik, yang menyangkut keadilan.

Pembiayaan dengan menggunakan utang luar negeri harus sangat hati-hati dijalankan, karena beban utang pemerintah sudah sangat besar. Sejak krisis ekonomi utang luar negeri Indonesia meningkat sangat drastis dari 6.60% terhadap PDB pada tahun 1998 menjadi 111.75% terhadap PDB. Tetapi kecenderungannya rasio utang pemerintah terhadap PDB semakin menurun. Hal ini merupakan dampak kebijakan fiskal berhati-hati yang dijalankan oleh pemerintah. Kebijakan utang luar negeri pemerintah harus ditempuh dengan tujuan utama untuk mengurangi ketergantungan terhadap utang luar negeri, sehingga suatu saat jumlah utang luar negeri sangat sedikit atau bahkan nol.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Pembiayaan defisit anggaran dengan menggunakan utang luar negeri, melalui bank sentral, dan melalui bank umum akan berdampak meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan bersifat *inflationary*. Secara umum kebijakan menaikkan *tax effort* dan mengurangi subsidi BBM merupakan kebijakan yang paling baik, karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan relatif tidak bersifat *inflationary*. Pembiayaan dengan menggunakan utang luar negeri harus berhati-hati, karena stok utang luar negeri Indonesia sangat besar, sehingga rawan terhadap fluktuasi nilai tukar, dan bersifat *inflationary*. Kebijakan moneter dengan menaikkan cadangan minimum bank umum sangat efektif untuk mengurangi tingkat inflasi.

Model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan anatara lain: **Pertama:** Model yang dikembangkan bersifat model statik, sehingga analisis yang dilakukan terbatas pada statik komparatif. **Kedua:** Model yang dikembangkan belum memasukan pasar tenaga kerja, sehingga dampak perilaku pasar tenaga kerja dalam mempengaruhi inflasi dan pertumbuhan ekonomi belum terekam dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Blejer, Mario I, dan Cheasty, Adriene, (1991), "The Measurement Fiscal Deficits: Analytical and Methodological Issues", *Journal of Economic Literatur*, Desember 1991, Vol. XXIX.
- Blejer, Mario I, dan Cheasty, Adriene, (1992), "How to Measure the Fiscal Deficit", *Finance and Development*, September 1992, 29 (3), pp. 40-42.
- Booth, Anne dan McCawley, Peter, (1996), "Kebijakan Fiskal", dalam Anne Booth dan Peter McCawley, eds., *Ekonomi Orde Baru*, LP3ES, Jakarta, Februari 1996.
- Buiter, Willem H., (1982), "The Proper Measurement of Government Budget Deficits: Comprehensive Wealth Accounting or Permanent Income Accounting for the Public Sector: Its Implications for Policy Evaluation and Design" *NBER (Cambridge, MA) Working Paper No. 1013*, <http://www.nber/papers/w1013.pdf>
- Buiter, Willem H., (1995), "Measuring Fiscal Sustainability", *Mimeo European Bank for Reconstruction and Development*.
- Chantrasmi, Mary, (1990), "Government Budget Deficit, Crowding-Out and Inflation in Thailand 1970 – 1986", *Ph.D Dissertation*, University of Hawaii.
- Choeryanto, Syaifoel, (2000), *Model Ekonomi Makro Indonesia*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Elmendorf, Douglas W dan Mankiw, N. Gregory, (1998), "Government Debt." *National Bureau of Economic Research (Cambridge, MA) Working Paper No. 6470*, Maret 1998. <http://www.nber.org/papers/w6470.pdf>
- Gunardi, Harry Seldadyo, (2000), "Defisit APBN dan *Fiscal Sustainability*: Suatu Studi Tentang Ekonomi Indonesia 1983/1984-1999/2000", *Penelitian Program Magister Ilmu Ekonomi*, Universitas Indonesia, Jakarta (tidak dipublikasikan).
- Gunawan, Anton Hermanto, (1991), *Anggaran Pemerintah dan Inflasi di Indonesia*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hossain, Akhtar dan Chowdry, Anis, (1998), *Open-Economy Macroeconomics for Developing Countries*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Internasional Monetary Fund, (2004), "International Finance Statistics CD Room." Agustus 2004.
- International Monetary Fund, (Berbagai Tahun Penerbitan), "Government Finance Statistics Yearbook.", Washington DC: IMF.

**Pengaruh Pembiayaan Defisit Anggaran terhadap Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi  
(Joko Waluyo)**

- Joseph, Charles PR, Arief Hartawan, dan Firman Mochtar, (1999), "Kondisi dan Respon Kebijakan Ekonomi Makro Selama Krisis Ekonomi Tahun 1997-1998", *Buletin Ekonomi dan Moneter Bank Indonesia*, Vol.2 No.2, September 1999.
- Pyndick, Robert S, dan Daniel L Rubinfeld, (1998), *Econometric Models and Economic Forecasts*, 4<sup>th</sup> P. Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- Saleh, Ali Salman, (2003), "The Budget Deficit and Economic Performance: A Survey", *Economics Working Paper Series*, University of Wollongong, Toronto: Harcourt Brace Jovanovich, September 2003.
- Saleh, Ali Salman, (2004), "Public Sector Deficits and Macroeconomics Performance in Lebanon", *Ph.D Dissertation*, University of Wollongong Australia.
- Seda, Frans, (2004), "Kebijakan Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) Berimbang dan Dinamis", dalam Heru Subiyantoro dan Singgih Riphath, eds, *Kebijakan Fiskal*, Penerbit Buku Kompas.
- Scarth, William M, (1996), *Macroeconomics: An Introduction to Advance Methods*, Toronto: Harcourt Brace Jovanovich.
- Soelistyo, Aris dan Mansur, Farid Wijaya, (1998), "Suatu Pendekatan Ekonometri Terhadap Ekonomi Makro Indonesia (1978-1994)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Tokunaga, Suminori, (1997), "A Quarterly Macro Econometric Model for Indonesian Economy", dalam Dorodjatun Kuntjoro-Jakti, Komara Jaya, Ari Kuncoro, Syahgena Ardhila, Eds, *Macroeconomics Modelling in Developing Countries: With Special Reference to Indonesia*, LPEM FE-UI, September 1997.
- Turnovsky, Stephen J dan Wohar, Mark E., (1987), "Alternative Modes of Deficit Financing and Endogenous Monetary and Fiscal Policy 1923 – 1982", *National Bureau of Economic Research Working Paper No. 2123 (Cambridge, MA)*, Januari 1987.
- Waluyo, Joko, (2005), "Implikasi Pembiayaan Defisit Anggaran Pemerintah Pusat Terhadap Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi: Studi Kasus Indonesia 1970 – 2003", Penelitian Program Magister Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia, Depok, Agustus 2005 (Tidak dipublikasikan).
- Wicaksono, Gunawan dan Ariantoro, Eko, (2003), "Pengujian Validitas Data Stok Kapital dan Perkembangan Stok Kapital Indonesia." *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Bank Indonesia Desember 2003, 6 (3).
- Wicaksono, Gunawan dan Ariantoro, Eko, dan Sari, A. Rheina, (2002), "Penghitungan Data Stok Kapital Dengan Metode *Perpetual Inventory* (PIM): Suatu Upaya Penyediaan Data Stok Kapital Untuk Penghitungan Potensial Output Dengan Pendekatan Fungsi Produksi", *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Bank Indonesia, September 2002, 5 (2).

World Bank, (2000), "Indonesia: Managing Government Debt and Its Risks", *East Asia and the Pasific Region*, Washington DC: The Worldbank, Mei 2000.

Yudanto, Noor, Gunawan Wicaksono, Eko Ariantoro, dan A Rheina Sari, (2004), "Capital Stock in Indonesia: Measurement and Validity Test", Irving Fisher Committe (IFC) Conference, Basel, 9 -10 September 2004.

## PERAN TEKNOLOGI DALAM IMPLEMENTASI STRATEGI MANUFAKTUR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA: STUDI DENGAN PENDEKATAN KONTINGENSI

Lina Anatan  
Universitas Maranatha Bandung

### Abstract

*Expanding global competition, rapidly changing market and technology, increasing complexity and uncertainty are creating a new competitive environment. To be successful in this globally competitive and rapidly changing environment, organization must formulate strategic plan that is consistent with their investment and technology. This research was conducted to investigate the relationship among manufacturing strategy, technology adoption, and firm performance. Data were collected through mailed questionnaires (525 questionnaires) and direct survey in 25 firms. The questionnaires were sent to 550 CEOs of manufacturing firm in Indonesia. A hundred and six responses returned and made a response rate of 19.27%.*

*The study finds different results for hard and soft technology. Hard technology moderates the relationship between manufacturing strategy and operational performance, as a quasi moderator variable. On the other hand, soft technology has an impact on the manufacturing strategy-performance relationship as an independent predictor variable, but it does not moderate the relationship between manufacturing strategy and operational performance.*

**Keywords:** *manufacturing strategy, technology adoption, operational performance, technology*

### 1. PENDAHULUAN

Kompleksitas lingkungan dan tantangan yang dihadapi perusahaan menuntut perusahaan untuk memperkuat kapabilitas teknologi dan kompetensi organisasi. Kompleksitas mempengaruhi cara pengembangan dan penyampaian produk dan jasa pada konsumen (Lagace dan Bourgault, 2003). Penggunaan teknologi menawarkan cara untuk memperbaiki desain produk, dikembangkan, dan dijual pada pasar industrial. Dalam lingkungan yang tidak pasti, kapasitas perusahaan untuk meningkatkan kehandalan dan melakukan perbaikan secara kontinyu baik dalam bisnis maupun proses manufaktur merupakan kondisi pokok untuk memastikan sustainabilitas dalam jangka panjang.

Teknologi menjadi senjata yang bernilai bagi perusahaan untuk menghadapi peningkatan tantangan dalam industri manufaktur (Hunt, 1989; Noori, 1990 dikutip dalam Lagace dan Bourgault, 2003: 707). Hasil penelitian Youseff (1993) dalam Lagace dan Bourgault (2003) mengenai teknologi berbasis komputer dan pengaruhnya terhadap kinerja menunjukkan bahwa teknologi ini berhasil mengeliminasi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah dan kelompok organisasi yang menerapkan teknologi memiliki fleksibilitas tinggi dibandingkan dengan kelompok yang tidak menerapkan teknologi. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan adopsi teknologi baik program dan praktik-praktik perbaikan produksi maupun aplikasi teknologi baru dengan strategi manufaktur perusahaan (Lagace dan Bourgault, 2003: 709).

Pendapat serupa dikemukakan oleh Sim (2001) dalam Lagace dan Bourgault (2003) yang menguji dampak TQM, JIT, AMT terhadap kinerja perusahaan. Menurutnya teknik perbaikan (*soft*



*technology*) perlu diintegrasikan dengan *hard technology* untuk menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah. Melalui aplikasi teknologi baik *hard technology* maupun *soft technology* dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam merespon konsumen, meningkatkan fleksibilitas perusahaan, dan perbaikan *respon time* pada semua proses produksi dari desain hingga pemberian layanan pada konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan metode pengembangan produk, penurunan *set up time*, memperbaiki cara produksi, dan memperbaiki hubungan dengan pemasok.

Melalui aplikasi teknologi, perusahaan dapat mengeliminasi "sampah" dan mengurangi aktivitas yang tidak menghasilkan nilai tambah yang cenderung menjadi beban biaya produksi pada setiap aktivitas produksi. Aktivitas-aktivitas ini dapat diturunkan melalui tinjauan ekstensif dalam desain pekerjaan, termasuk implementasi sistem pemeliharaan dan manajemen kualitas. Selain itu melalui aplikasi teknologi, proses fleksibel memungkinkan perusahaan untuk menawarkan *range* produk dan melakukan peningkatan efisiensi (Lagace dan Bourgault, 2003: 707).

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur skala besar di Indonesia. Model penelitian dengan kerangka kontingensi dikembangkan berdasarkan literatur konseptual dan empiris yang dikemukakan oleh beberapa peneliti (Skinner, 1974; Hitt dan Palla, 1982, Sulaiman *et al.*, 2003). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah adopsi teknologi memoderasi hubungan antara strategi manufaktur dan kinerja operasional perusahaan manufaktur di Indonesia.

## 2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1. Dimensi-Dimensi Strategi Manufaktur

Krawjesky dan Ritzman (2002) mendefinisikan strategi manufaktur sebagai dimensi yang harus dimiliki oleh sistem produksi suatu perusahaan untuk mendukung permintaan pasar dimana perusahaan bersaing. Swamidas dan Newell (1987) mengemukakan bahwa strategi manufaktur dipandang sebagai kekuatan manufaktur yang efektif sebagai satu senjata kompetitif untuk mencapai tujuan bisnis dan perusahaan. Strategi manufaktur mempengaruhi tujuan dan strategi bisnis dan memungkinkan fungsi-fungsi manufaktur untuk memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing perusahaan dalam jangka panjang (Wheelright dan Hayes, 1985).

Tema umum dalam riset strategi manufaktur adalah mendeskripsikan pilihan perusahaan tentang penekanan kapabilitas atau prioritas kompetitif perusahaan. Menurut beberapa peneliti, strategi manufaktur mewakili prioritas kompetitif (Leong *et al.*, 1990; Burgess *et al.*, 1998). Prioritas kompetitif ini meliputi biaya (*cost*), kualitas (*quality*), fleksibilitas (*flexibility*), dan pengiriman (*delivery*). Stonebraker dan Leong (1994), seperti dikutip dalam Badri *et al.* (2000) mendefinisikan strategi biaya sebagai produksi dan distribusi produk dengan biaya terendah dan sumber daya tersisa (*waste resource*) yang minimum. Strategi kualitas didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan untuk memproduksi produk yang sesuai dengan spesifikasi atau memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi pengiriman didefinisikan sebagai keandalan dalam memenuhi jadwal pengiriman yang diminta dan dijanjikan, atau kecepatan dalam merespon pemesanan konsumen. Sedangkan strategi fleksibilitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk merespon perubahan cepat dalam produk, jasa, dan proses.

Harga yang lebih rendah dapat meningkatkan permintaan produk atau jasa tapi juga mengurangi *profit margin* jika produk atau jasa tidak dapat diproduksi pada harga yang lebih rendah. Untuk dapat bersaing dalam lingkungan bisnis dengan berbasis pada biaya, seorang manajer manufaktur perlu menawarkan produk dan jasa pada biaya per unit yang rendah baik biaya tenaga kerja, material, *scrap*, maupun biaya *overhead* lainnya. Strategi kualitas memfokuskan pada pentingnya memproduksi produk dan jasa yang dapat memuaskan spesifikasi dan kebutuhan konsumen. Oleh karenanya, perusahaan perlu memperhatikan masalah perbaikan kualitas sehingga dapat mengurangi biaya produksi dengan melakukan sesuatu dengan benar saat pertama kali barang dan jasa diproduksi dapat mengeliminasi

"waste." Perbaikan kualitas merupakan salah satu cara bagi organisasi untuk memperbaiki kinerja bisnis (Ward *et al.*, 1995).

Strategi fleksibilitas merupakan kemampuan untuk merespon perubahan cepat baik perubahan produk, jasa, maupun proses. Fleksibilitas manufaktur didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan manufaktur untuk mengalokasikan dan mengalokasikan kembali sumber daya yang dimiliki secara efektif dalam merespon perubahan lingkungan dan kondisi internal (Gerwin, 1993). Sedangkan Braglia dan Petroni (2000) menyatakan bahwa fleksibilitas mencakup mesin, proses, produk, volume, dan *lay out*. Strategi pengiriman meliputi kemampuan dalam merespon pemesanan konsumen. Leong *et al.* (1990) mendefinisikan strategi pengiriman sebagai kemampuan pengiriman (dengan memenuhi jadwal pengiriman maupun janji pengiriman) dan kecepatan pengiriman (bertindak cepat atas pemesanan konsumen). Pengukuran kinerja pengiriman menekankan pada aktifitas yang memfokuskan pada peningkatan reliabilitas pengiriman misalnya pengiriman yang tepat waktu, akurasi dalam status persediaan, dan waktu tunggu pengiriman.

## **2.2. Adopsi Teknologi: *Hard Technology* dan *Soft Technology***

Teknologi didefinisikan sebagai kemampuan mengenali masalah-masalah teknis dan mengeksplorasi konsep-konsep untuk memecahkan masalah teknis yang ada. Teknologi merupakan peralatan atau perangkat seperti *equipment*, *software*, dan *hardware*, yang digunakan untuk memecahkan masalah operasional secara efektif dalam suatu organisasi (Autioe dan Leimanen, 1995). Teknologi pada industri manufaktur mencakup *hard technology* dan *soft technology*. *Hard technology* seperti *Advanced Manufacturing Technology (AMT)* dan *Computer-based technology* telah semakin banyak diadopsi oleh industri manufaktur saat ini (Schroeder dan Sohal, 1999; Butcher, *et al.*, 1999).

Dalam menghadapi kompetisi, perusahaan manufaktur dituntut untuk mengambil dua tindakan penting yaitu, *pertama*, mengadopsi satu atau lebih *hard technology* seperti CAD (*Computer Aided Design*), CAM (*Computer Aided Manufacturing*), CNC (*Computer Numerical Control*), *Robotics*, FMS (*Flexible Manufacturing System*), dan CIM (*Computer Integrated Manufacturing*). CAM merupakan sistem komputerisasi untuk mengontrol langsung mesin dan peralatan dalam proses pemanufakturan, sedangkan CAD merupakan sistem elektronik untuk mendesain produk baru atau mengubah produk yang ada. Untuk mensukseskan adopsi CAD dan CAM, manajer perlu menyesuaikan kapabilitas perusahaan dalam desain, manufaktur, dan fungsi-fungsi lain (Aggarwal, 1995).

CNC digunakan untuk mengontrol operasi peralatan mesin, sehingga melalui aplikasi CNC akan mengeliminasi operator. Peralatan mesin ini mendukung aplikasi CAM dalam perusahaan. CNC merupakan bagian peralatan mesin yang masing-masing dikontrol oleh *microcomputer* (Aggarwal, 1995). FMS merupakan penggunaan sistem komputer untuk mengontrol penanganan material pada masing-masing produksi (Heizer dan Render, 2004), sedangkan CIM merupakan filosofi organisasi dan manajemen yang terintegrasi dengan bantuan sistem komputer. Dengan kata lain, CIM mencakup integrasi desain produk, perencanaan proses, dan pemanufakturan dalam sistem komputer. Sedangkan *Robotics* yaitu penggunaan *flexible machine* dengan kemampuan menangani dan memindahkan untuk menggantikan kerja manusia.

*Kedua*, memilih satu atau lebih *soft technology* yang ada yaitu diantaranya JIT (*Just In Time*), TQM (*Total Quality Management*), MRP (*Material Requirement Planning*), dan TPM (*Total Productive Manintanance*). TQM adalah optimasi kinerja pada semua bagian dan fungsi operasi, prosedur, sistem, pengendalian, struktur, dan kultur organisasi (Warnock, 1996). TQM merupakan program perbaikan terus menerus yang dilakukan secara bertahap dan tidak pernah berakhir (Sohal dan Terziofsky, 2000).

JIT merupakan seperangkat metode atau teknik yang diaplikasikan pada sistem pembelian, fungsi pabrikasi dan fungsi pengiriman. Filosofi JIT yaitu mengeliminasi semua aktivitas yang tidak penting dan tidak memberikan nilai tambah di manapun aktivitas itu berada (Yasin dan Wafa, 1997).

MRP merupakan teknik permintaan dependen yang menggunakan *bill of material*, persediaan, *expected received*, dan MPS (*master production schedule*) untuk menentukan kebutuhan material (Heizer dan Render, 2004). Sedangkan TPM adalah pendekatan inovatif untuk perawatan peralatan (*hardware* atau *software*) dan mesin pabrik. Implementasi TPM memberikan kontribusi dalam mengurangi *work in progress*, meningkatkan kualitas produk, mengurangi waktu siklus produksi, dan sangat efektif untuk optimasi mesin dan peralatan (Tsang dan Chan, 2000).

### 2.3. Kinerja Manufaktur Perusahaan

Literatur menyarankan bahwa dalam kebanyakan situasi, ukuran kinerja perusahaan yang paling sering digunakan adalah ukuran finansial (Nash, 1984). *Profit margin*, *return on asset (ROA)*, *return on equity (ROE)*, *return on sales (ROS)*, merupakan ukuran kinerja financial yang sering digunakan (Galbraight and Scendell, 1983). Ketepatan ukuran kinerja yang digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada situasi dan keunikan kondisi dalam suatu studi. Sangat sulit untuk menetapkan ukuran tunggal kesuksesan bisnis. Oleh karena itu, keterkaitan antara manufaktur dengan semua ukuran yang tersedia dan diterima secara umum perlu dianalisa (Demeter, 2003). Dalam penelitian ini kinerja operasional diukur melalui biaya produk per unit, kualitas proses, kualitas produk, kemampuan menangani perubahan jumlah permintaan, kemampuan memenuhi perubahan selera pelanggan, pengiriman tepat pada waktunya, kemampuan pengiriman sebelum waktu yang ditentukan (Leong et al., 1990).

### 2.4. Hubungan Strategi Manufaktur Dan Teknologi

Literatur konseptual maupun empiris yang membahas tentang hubungan antara strategi manufaktur dan teknologi telah ada sejak lama. Skinner (1974) seperti dikutip dalam Ellitan et al. (2003), mengemukakan variasi prioritas strategik termasuk biaya, kualitas produk, reliabilitas pengiriman, fleksibilitas dalam memproduksi produk baru secara cepat dan fleksibilitas untuk merespon perubahan volume yang dapat dicapai dengan menggunakan teknologi manufaktur (*manufacturing technology*).

Miller (1994), seperti dikutip dalam Ellitan et al. (2003), mengemukakan pentingnya *link* antara manajemen teknologi dan pilihan strategi manufaktur untuk mencapai *superior performance*. Teknologi berperan untuk menciptakan desain yang bagus untuk memenuhi kriteria desain yang tepat yang dispesifikasi oleh *manufacturing task* (yaitu spesifikasi tujuan yang harus dicapai oleh fungsi-fungsi manufaktur). Boyer dan Pegell (2000) dalam Ellitan (2003) mengemukakan bahwa efektifitas strategi operasi perusahaan dapat diukur dengan menilai keterkaitan atau konsistensi antara prioritas kompetitif yang menekankan dan merespon perubahan lingkungan berdasarkan struktur dan infrastruktur operasi. Tingkat kesesuaian antara prioritas kompetitif dan keputusan yang terkait dengan struktural dan investasi infrastrukural memberikan kunci untuk mengembangkan strategi operasi sebagai senjata kompetitif. Barnejee (2000) dalam Ellitan (2003) mengemukakan bahwa tujuan utama arsitektur strategi adalah memberikan pedoman bagi strategi fungsional untuk mengembangkan *road map* terkait dengan identifikasi kompetensi inti dan teknologi yang memuaskan kebutuhan bisnis.

Beberapa studi empiris yang mengkaji tentang adanya hubungan strategi manufaktur dan teknologi juga telah dilakukan beberapa peneliti (Gordon dan Sohal, 2000). Burgess et al. (1998) mengeksplorasi aspek-aspek kunci perusahaan yang mencakup prioritas kompetitif (strategi manufaktur), proses inovasi (adopsi teknologi), dan kinerja perusahaan. Prioritas kompetitif

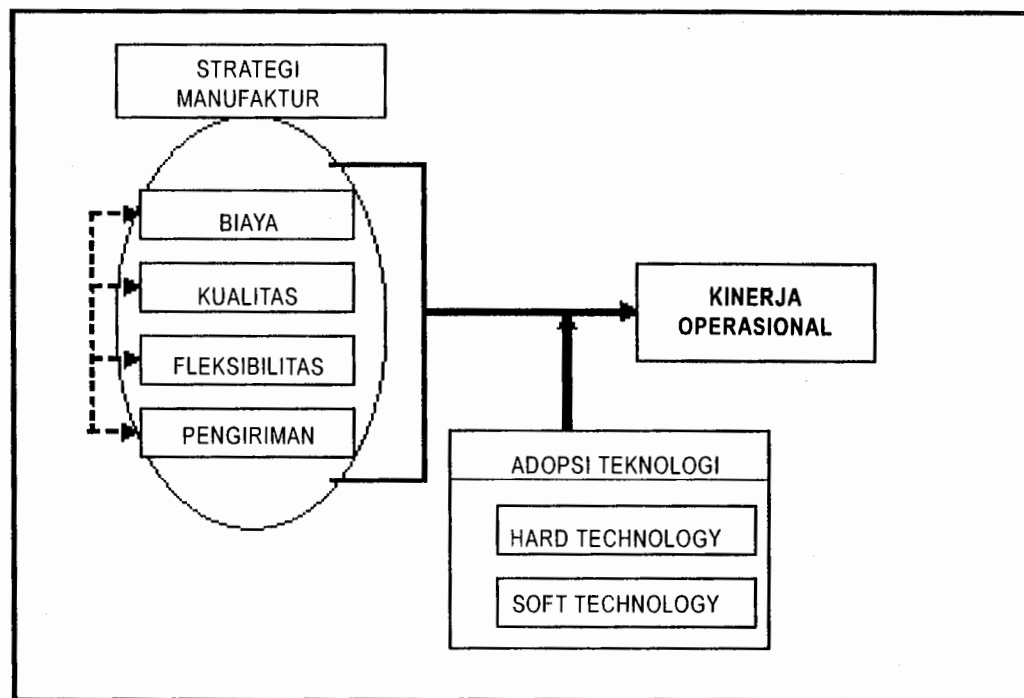
mengindikasikan area mana dari *process performance* yang harus ditekankan untuk mencapai kinerja yang sukses. Cagliano dan Spina (2000) dalam Ellitan (2003) mengeksplorasi basis empiris dari *strategic alignment* pilihan strategi manufaktur yang merupakan prioritas kompetitif perusahaan dan pengalaman perusahaan dalam menentukan pilihan program perbaikan. Tujuan manufaktur dapat tercapai jika program perbaikan (sekelompok keputusan struktural dan infrastrukural yang diturunkan dari pengalaman beberapa *leading companies* yang telah dibuktikan kesuksesannya) didasarkan pada prioritas kompetitif (strategi manufaktur).

Chase (2001) dalam Ellitan (2003) mengemukakan beberapa alasan mengadopsi teknologi untuk mencapai tujuan perusahaan terkait dengan prioritas kompetitif, yaitu: **biaya (cost)**, perusahaan pada umumnya bertujuan untuk mengurangi biaya produk/jasa yang memungkinkan perusahaan untuk membuat *profit* lebih besar dan mencapai harga lebih rendah untuk meningkatkan volume penjualan. Aplikasi teknologi dalam perusahaan dapat menurunkan biaya dengan cara menurunkan biaya material, tenaga kerja, biaya distribusi, misalnya, melalui aplikasi teknologi waktu yang diperlukan tenaga kerja untuk memproduksi suatu produk dapat diturunkan sehingga biaya tenaga kerja dapat dikurangi. **Kualitas (Quality)**, aplikasi teknologi bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan volume *successive innovation* dengan cara meminimalkan tingkat kerusakan produk dan mengeliminasi sumber daya terbuang (*waste resources*). **Fleksibilitas (Flexibility)**, aplikasi teknologi bermanfaat untuk meningkatkan variasi produk dan pencapaian *extensive customization*, untuk memperoleh peningkatan pangsa pasar dalam lingkungan kompetitif, perusahaan harus lebih fleksibel dalam operasi dan memuaskan segmen pasar, sehingga aplikasi teknologi sangat diperlukan untuk mendukung pencapaian tujuan fleksibilitas perusahaan. **Pengiriman (Delivery)**, teknologi mendukung terciptanya kecepatan pengiriman yang diukur melalui *lead time* (waktu tunggu) yang diperlukan. Aplikasi EDI (*electronic data interchange*) dan mesin fax secara otomatis dapat menurunkan waktu yang diperlukan untuk mengirimkan informasi dari satu lokasi ke lokasi yang lain, dan menurunkan waktu tunggu untuk pelayanan maupun operasi.

Sulaiman *et al.* (2003: 266) mengemukakan teknologi merupakan sumber keunggulan kompetitif perusahaan. Untuk meraih keunggulan kompetitif, perusahaan perlu menyelaraskan teknologi dengan strategi perusahaan. Teknologi diperlakukan sebagai variabel pemoderasi antara hubungan strategi bisnis dan kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi dan lingkungan bisnis memoderasi hubungan strategi bisnis dengan kinerja perusahaan. Beberapa studi terdahulu membuktikan pentingnya strategi manufaktur dalam peningkatan kinerja (Demeter, 2003). Penelitian tersebut memasukkan hubungan antara kinerja dengan teknologi manufaktur melalui implementasinya dalam praktek manajemen kualitas (Beaumont dan Schroder, 1997; serta Das dan Narasimhan, 2001).

Penelitian ini menguji pentingnya peran adopsi teknologi sebagai pemoderasi hubungan strategi manufaktur dan kinerja perusahaan. Model konseptual strategi manufaktur dan pengaruh variabel pemoderasi, adopsi teknologi, terhadap kinerja operasional digambarkan dalam Gambar 1. Hipotesis yang akan diuji meliputi:

- Hipotesis 1** Adopsi teknologi (*hard technology*) memoderasi hubungan antara pilihan strategi manufaktur dan kinerja perusahaan
- Hipotesis 2** Adopsi teknologi (*soft technology*) memoderasi hubungan antara pilihan strategi manufaktur dan kinerja perusahaan



Diadaptasi dari: Badri et al., 2000 dan Sulaiman, 2003

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**

### 3. METODA PENELITIAN

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan *direct survey* yang ditujukan kepada pimpinan perusahaan. Sampel diambil secara random dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Direktori Perusahaan Manufaktur yang diterbitkan oleh Biro Pusat Statistik, tahun 2003. Penggolongan atau klasifikasi industri yang digunakan dalam penelitian ini adalah klasifikasi berdasarkan data Statistik Industri Besar dan Sedang yang diterbitkan oleh Biro Pusat Statistik, tahun 2003. Klasifikasi Industri berdasarkan *International Standart Industrial Classification* (ISIC) yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia dengan nama Klasifikasi Lapangan Usaha Industri/KLUI (BPS, 2003). Penggolongan skala perusahaan dibagi dalam empat golongan yaitu 1) besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih, 2) sedang, dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang, 3) kecil, dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang, dan 4) rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang.

Dari 525 kuesioner (95, 45%), 9 responden tidak bersedia berpartisipasi, 21 kuesioner kembali (pindah alamat atau tutup). Total kuesioner yang kembali 92 kuesioner dan 5 diantaranya tidak diisi secara lengkap sehingga tidak dapat digunakan dalam analisis data. Teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan cara mendatangi pimpinan perusahaan secara langsung dan memohon kesediaan mereka untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Dari 25 kuesioner (4,54 %) yang dititipkan pada perusahaan-perusahaan tersebut, hanya 29 kuesioner yang dikembalikan. Secara lengkap sampel dan tingkat pengembalian kuesioner dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1  
Sampel dan Tingkat Pengembalian

Total kuesioner yang dikirimkan	550
Perusahaan tutup/pindah alamat	21
Perusahaan menolak berpartisipasi	9
Total Kuesioner kembali	111
Tingkat pengembalian	$111/550 \times 100\% = 20,18\%$
Tingkat pengembalian berdasarkan kuesioner yang diolah	$106/550 \times 100\% = 19,27\%$

### 3.1. Pengujian Respon Bias

Data penelitian diperoleh dari dua sumber yaitu *mail survey* dan beberapa responden mendatangi langsung sehingga perlu dilakukan pengujian respon bias. Uji respon bias dilakukan untuk melihat apakah ada perbedaan karakteristik antara jawaban responden yang diperoleh melalui *mail survey* dan jawaban responden yang diperoleh dengan mendatangi langsung. Untuk menguji adanya *respon bias* digunakan uji beda *t-test* untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki rata-rata berbeda. Kesimpulan diambil berdasarkan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0.05 ( $\text{sign} > 0.05$ ). Hasil pengujian respon bias terhadap masing-masing variabel dirangkum dalam Tabel 2. Berdasarkan hasil pengujian *t test* dapat disimpulkan tidak ada perbedaan karakteristik jawaban responden yang signifikan antara jawaban responden yang didapat melalui *mail survey* dan responden yang mendatangi langsung. Dengan demikian pengolahan data untuk analisis selanjutnya bisa digabungkan antara kuesioner yang diperoleh melalui *mail survey* dan mendatangi langsung.

Tabel 2  
Pengujian Response Bias

Variabel	Lavene's test		t test		Keterangan
	F	Sign	t	Sign	
C	6.400	0.013	1.402	0.174	Tidak Signifikan
Q	3.141	0.079	0.266	0.791	Tidak Signifikan
F	1.978	0.163	0.446	0.656	Tidak Signifikan
D	0.041	0.840	0.766	0.445	Tidak Signifikan
HTECH	0.014	0.905	-1.431	0.155	Tidak Signifikan
STECH	1.648	0.202	-1.728	0.087	Tidak Signifikan
KOp	0.893	0.347	-0.914	0.363	Tidak Signifikan

### 3.2. Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta pengukurannya dijabarkan pada bagian berikut. Variabel bebas, dalam penelitian ini adalah pilihan strategi manufaktur yang meliputi empat prioritas kompetitif. Strategi manufaktur meliputi item-item pertanyaan yang terkait dengan biaya bisnis, kualitas, fleksibilitas, dan pengiriman. Skala likert 5 point digunakan untuk mengukur tingkat perhatian perusahaan terhadap pentingnya strategi manufaktur (1= sangat tidak penting, dan

5= sangat penting). Variabel Moderator, dalam penelitian ini meliputi adopsi *hard technology* dan *soft technology*. Adopsi *hard technology* meliputi CAD, CAM, CNC, FMS, CIM, dan *Robotics*. Sedangkan adopsi *soft technology* meliputi adopsi TQM, JIT, MRP, dan TPM. Skala likert 5 point digunakan untuk mengukur tingkat adopsi teknologi (1=tidak mengadopsi, dan 5= sangat tinggi). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja operasional yang diukur dari segi produktifitas, biaya, kualitas, fleksibilitas, dan kemampuan pengiriman. Skala likert 5 point digunakan untuk mengukur kinerja operasional dibandingkan dengan rata-rata industri dimana perusahaan beroperasi (1= sangat tidak penting, dan 5= sangat penting).

#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Profil Responden

Dari 106 perusahaan yang telah berpartisipasi dalam studi ini, semuanya adalah perusahaan manufaktur berskala besar, menurut kriteria yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki masing-masing perusahaan. Profil perusahaan yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah dilihat dari segi bidang usaha, lama perusahaan beroperasi, jumlah tenaga kerja tetap, aset yang dimiliki, dan kinerja secara umum yang dicapai selama tiga tahun terakhir. Perusahaan ini bergerak dalam bidang usaha yang berbeda-beda.

**Tabel 3**  
**Profil Responden**

Dimensi	Kategori	Jumlah responden	Persentase
Umur perusahaan	5-10 tahun	17	16.04
	>10-20 tahun	38	35.85
	>20-30 tahun	32	30.19
	Lebih dari 30 tahun	19	17.92
	Makanan, minuman, dan tembakau.	7	6.60
Bidang Usaha	Tekstil, pakaian, kulit.	14	13.21
	Kayu, bamboo, rotan, kerajinan, perabot.	13	12.26
	Industri kimia, minyak, batubara, karet, dan plastik.	24	22.64
	Barang bukan logam, mineral, kecuali batu bara.	14	13.21
	Barang logam, permesinan, otomotif, electronic, dan komputer.	34	32.08
Pemilik	Lokal	84	79.24
	Asing	17	16.04
	Joint venture	5	4.72
	Tidak ada kerjasama	43	40.57
Kerjasama	Japan	29	27.36
	Hongkong, Taiwan, Korea	12	11.32
	ASEAN	3	2.83
	USA, UK, Australia	11	10.38
	Lain-lain	8	7.54

Dimensi	Kategori	Jumlah responden	Persentase
Tenaga kerja	100 – 999 tenaga kerja.	21	19.81
	1000 – 1999 tenaga kerja	10	9.43
	2000 – 2999 tenaga kerja	17	16.04
	3000 atau lebih tenaga kerja	58	54.72
Kinerja secara umum selama tiga tahun terakhir	Meningkat > 15%	14	13.21
	Menurun <15 %	16	15.09
	Tidak ada perubahan	18	16.98
	Meningkat < 15%	47	44.34
	Meningkat > 15%	11	10.38
Asset	Kurang dari 25 milyar rupiah	3	2.83
	25-100 milyar Rupiah.	32	30.19
	> 100 –500 milyar Rupiah.	41	38.68
	> 500 – 1000 milyar Rupiah.	14	13.21
	Lebih dari 1 Trilyun Rupiah.	16	15.09

Berdasarkan data dalam Tabel 3, sebagian besar perusahaan yang berpartisipasi dalam penelitian ini telah beroperasi selama 10-20 tahun (35.85%). Berdasarkan bidang usaha sebagian besar perusahaan bergerak dalam bidang otomotif, permesinan, elektronik, barang logam, dan komputer (32.08%). Sebagian besar perusahaan merupakan milik pengusaha lokal (79.24%), berdasarkan jumlah tenaga kerja sebagian besar perusahaan memiliki tenaga kerja diatas 3000 orang (54.72%), dan berdasarkan aset yang dimiliki sebagian besar perusahaan memiliki aset sebesar 100-500 milyar Rupiah (38.68%).

#### 4.2. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Suatu alat ukur atau instrumen pengukuran dikatakan baik jika memenuhi kriteria validitas, reliabilitas, dan kepraktisan. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan benar-benar dapat mengukur obyek yang ingin diukur dalam penelitian. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran yang digunakan bebas dari kesalahan acak atau tidak stabil.

Pengujian reliabilitas instrumen tetap dilakukan dengan menghitung *Cronbach's alpha*. Instrumen dianggap mempunyai reliabilitas yang tinggi apabila nilai *Cronbach's alpha* lebih tinggi dari 0,5 (Ghozali, 2002). Tabel 4 menyajikan rangkuman uji reliabilitas dan validitas instrumen. Hasil studi ini menunjukkan reliabilitas instrument yang tinggi. *Cronbach's alpha* untuk variabel strategi manufaktur nilai *Cronbach alpha* berkisar antara 0.825-0.896, untuk variabel adopsi teknologi sebesar 0.897 (*hard technology*) dan 0.858 (*soft technology*), dan untuk variabel kinerja operasional sebesar 0.836.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor (*factor analysis*) dengan *varimax rotation*. *Factor loadings* 0.55 sudah dapat dikatakan memenuhi standar minimal untuk ukuran sampel sejumlah minimal 100 (Hair *et al.*, 1998). Pada Tabel 4 terlihat bahwa nilai *factor loadings* untuk masing-masing dimensi dalam variabel lingkungan dan strategi manufaktur semuanya lebih dari 0.55



**Tabel 4**  
**Pengujian Validitas**

Variabel	Dimensi	Loading Factor	Cronbach's Alpha
Strategi Manufaktur	Biaya Rendah (C)	0.770 - 0.868	0.849
	Kualitas (Q)	0.550 - 0.801	0.825
	Fleksibilitas (F)	0.603 - 0.847	0.858
	Pengiriman (D)	0.765 - 0.862	0.896
Adopsi Teknologi	Hard Technology	0.678 - 0.852	0.897
	Soft Technology	0.670 - 0.882	0.858
Kinerja Perusahaan		0.629 - 0.899	0.836

#### 4.3. Pengujian Hipotesis

##### 4.3.1. Efek Pemoderasian *Hard Technology* terhadap Hubungan Strategi Manufaktur dan Kinerja Operasional

Pengujian Hipotesis satu dilakukan untuk memberikan bukti empiris adanya pengaruh pemoderasian *hard technology* terhadap hubungan antara strategi manufaktur dan kinerja perusahaan. Pengujian Hipotesis satu dirangkum dalam Tabel 5. Kolom blok pada Tabel 5 memperlihatkan urutan pemasukan variabel kedalam persamaan untuk pengujian hipotesis peran pemoderasian adopsi *hard technology* terhadap hubungan strategi manufaktur dan kinerja operasional. Blok satu memperlihatkan bahwa yang pertama dimasukkan adalah variabel-variabel pilihan strategi manufaktur (biaya rendah/C, kualitas/Q, fleksibilitas/F, dan pengiriman/D). Blok ini menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0.023.

**Tabel 5**  
**Hasil Pengujian Pengaruh Adopsi *Hard Technology* Terhadap Hubungan Prioritas Kompetitif Kinerja Operasional**

Model	Standardized Coeffisien	Uji t		$R^2$	$\Delta R^2$	$\Delta F$	Sign
		B	T Sign				
1 (Constant)			4.991 0.000				
	C	0.048	0.0476 0.635				
	Q	0.109	1.071 0.287	0.023	0.023	0.601	0.663
	F	-0.034	-0.331 0.741				
	D	0.073	0.717 0.475				
2 (Constant)			2.918 0.004				
	C	0.054	0.608 0.545				
	Q	0.056	0.623 0.535	0.243	0.220	29.059	0.000
	F	0.036	0.392 0.696				
	D	0.053	0.590 0.556				
	ADT	0.476	5.391 0.000				

Model	Standardized Coeffisien		Uji t		R <sup>2</sup>	Δ R <sup>2</sup>	ΔF	Sign
	B	T	Sign					
3 (Constant)		-0.208	0.836					
C	-0.163	-0.391	0.697					
Q	0.013	0.030	0.976					
F	-0.737	-1.754	0.083					
D	1.793	3.366	0.001	0.330	0.087	3.101	0.019	
ADT	1.249	1.469	0.145					
CAD	0.359	0.541	0.590					
QAD	0.052	0.062	0.950					
FAD	1.088	1.924	0.057					
DAD	-2.662	-3.310	0.001					

Ketika variabel adopsi *hard technology* (*htech*) dimasukkan dalam persamaan (Blok 2), nilai R<sup>2</sup> meningkat menjadi 0.243 dan ΔF sebesar 29.059. Peningkatan tersebut adalah signifikan dengan nilai signifikansi 0.000 < 0.05 (sig 5%). Ini menunjukkan bahwa sebesar 24.3% variasi variabel kinerja operasional dapat dijelaskan oleh variabel strategi manufaktur dan adopsi teknologi (*hard technology*) sedangkan 75.7% dijelaskan oleh faktor lain.

Pada tahap selanjutnya (Blok 3) ketika variabel interaksi dimasukkan kedalam persamaan, nilai R<sup>2</sup> meningkat 0.87 dari blok 2 sehingga menjadi 0.330 dan ΔF=3.101. Peningkatan tersebut signifikan karena nilai signifikansi sebesar 0.019 lebih kecil dari 5% (sign < 5%). Berdasarkan kriteria MRA, maka variabel adopsi *hard technology* merupakan *quase moderator*. Baik sebagai variabel bebas maupun variabel pemoderasi adopsi *hard technology* (*htech*) secara signifikan mempengaruhi kinerja operasional (KOp) sebagai variabel terikat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan variabel adopsi *hard technology* memoderasi hubungan antara pilihan strategi manufaktur dengan kinerja operasional perusahaan terbukti.

#### 4.3.2. Efek Pemoderasian *Soft Technology* terhadap Hubungan Strategi Manufaktur dan Kinerja Operasional

Pengujian Hipotesis dua dilakukan untuk memberikan bukti empiris adanya pengaruh pemoderasian *soft technology* terhadap hubungan antara strategi manufaktur dan kinerja perusahaan. Pengujian Hipotesis dua dirangkum dalam Tabel 6. Blok 1 menunjukkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.023. Pada (Blok 2), nilai R<sup>2</sup> meningkat menjadi 0.133 dan ΔF sebesar 12.724. Peningkatan tersebut signifikan dengan nilai signifikansi 0.001 < 0.05 (sig 5%). Ini menunjukkan bahwa sebesar 13.3% variasi variabel kinerja operasional dapat dijelaskan oleh variabel strategi manufaktur dan adopsi teknologi (*soft technology*), sedangkan 86.7% dijelaskan oleh faktor lain. Blok 3 ketika variabel interaksi dimasukkan kedalam persamaan, nilai R<sup>2</sup> meningkat 0.009 dari blok 2 sehingga menjadi 0.143 dan ΔF=0.260. Peningkatan tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi sebesar 0.903 lebih besar dari 5% (sign > 5%).

Berdasarkan kriteria MRA, maka variabel adopsi *soft technology* bukan merupakan variabel moderator, melainkan variabel *independent predictor* terhadap kinerja operasional perusahaan.

Pengujian ini membuktikan bahwa *soft technology* memoderasi hubungan antara pilihan strategi manufaktur dan kinerja operasional tidak terbukti, atau dengan perkataan lain variabel *soft technology* berpengaruh terhadap kinerja operasional tetapi bukan merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah kinerja operasional.

**Tabel 6**  
**Hasil Pengujian Pengaruh Adopsi *Soft Technology* Terhadap Hubungan**  
**Prioritas Kompetitif Kinerja Operasional**

Model	Standardized Coeffisien	Uji t		R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	$\Delta F$	Sign
		B	T Sign				
1 (Constant)			4.991 0.000	0.023	0.023	0.601	0.663
C	0.048	0.0476	0.635				
Q	0.109	1.071	0.287				
F	-0.034	-0.331	0.741				
D	0.073	0.717	0.475				
2 (Constant)			3.561 0.001	0.133	0.110	12.724	0.001
C	0.052	0.543	0.589				
Q	0.059	0.610	0.543				
F	0.003	0.033	0.973				
D	0.079	0.823	0.413				
ADT	-0.337	3.567	0.001				
3 (Constant)			0.579 0.564	0.143	0.009	0.260	0.903
C	-0.219	-0.422	0.674				
Q	0.165	0.366	0.715				
F	-0.053	-0.103	0.918				
D	0.537	1.079	0.283				
ADT	0.619	0.663	0.509				
CAD	0.438	0.506	0.614				
QAD	-0.206	-0.222	0.824				
FAD	0.091	0.119	0.906				
DAD	-0.707	-0.924	0.358				

## 5. SIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh pemoderasian *hard technology* dan *soft technology* terhadap hubungan strategi manufaktur dan kinerja perusahaan menunjukkan bahwa variabel adopsi *hard technology* memoderasi hubungan antara pilihan strategi manufaktur dengan kinerja perusahaan. Variabel adopsi *hard technology* disimpulkan sebagai variabel *quase moderator*. Sedangkan hasil

pengujian hipotesis tentang pengaruh pemoderasian *soft technology* terhadap hubungan strategi manufaktur dan kinerja operasional tidak terbukti, atau dengan perkataan lain variabel *soft technology* berpengaruh terhadap kinerja operasional tetapi bukan merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara strategi manufaktur dan kinerja operasional.

Hasil penelitian untuk perusahaan manufaktur di Indonesia menunjukkan bahwa pengembangan dan implementasi strategi manufaktur tanpa didukung aplikasi teknologi baik *hard technology* maupun *soft technology*, tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada kinerja operasional. Tetapi dengan melakukan adopsi teknologi baik *hard* maupun *soft technology* yang diaplikasikan dalam perusahaan memberikan dampak yang signifikan pada kinerja operasional perusahaan. Hal ini dikarenakan aplikasi teknologi memberikan kesempatan baru bagi perusahaan untuk lebih inovatif dan responsif terhadap dengan memperbaiki cara suatu produk atau jasa didesain, dikembangkan dan dijual dalam pasar. Aplikasi teknologi dalam kegiatan operasional perusahaan memberikan manfaat bagi perusahaan untuk dapat memperbaiki kualitas, fleksibilitas, kapabilitas pengiriman, bahkan pencapaian biaya produksi yang rendah dengan cara mengurangi tingkat kerusakan atau kegagalan produk sehingga dapat mengeliminasi atau paling tidak menurunkan "sampah" atau produksi yang tidak memberikan nilai guna.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, perusahaan manufaktur di Indonesia umumnya lebih menekankan pada strategi kualitas dan biaya rendah. Oleh karena itu dukungan aplikasi atau adopsi teknologi baik *hard technology* maupun *soft technology* sangat diperlukan. Hal ini mungkin bertentangan dengan strategi biaya rendah yang diimplementasikan perusahaan, karena investasi dan adopsi teknologi khususnya *hard technology* memerlukan biaya yang besar pada saat perusahaan melakukan investasi tersebut. Tetapi perlu dipertimbangkan bahwa dalam jangka panjang aplikasi teknologi tidak hanya bermanfaat dalam menurunkan tingkat kerusakan dan meningkatkan kualitas produk, tetapi juga menurunkan biaya produksi per unit. Selain adopsi *hard technology*, perusahaan perlu juga melakukan adopsi *soft technology* karena terbukti bahwa dengan melakukan praktik-praktik manajemen modern seperti JIT, TQM, MRP, dan TPM perusahaan dapat memperbaiki kinerja manufaktur.

Implementasi strategi manufaktur perusahaan akan memberikan dampak yang signifikan bagi pencapaian kinerja perusahaan yang baik dengan dukungan aplikasi *hard technology* maupun *soft technology* yaitu praktik-praktik manajemen dengan catatan, keefektifan adopsi teknologi tersebut tidak hanya memerlukan keberadaan fasilitas produksi yang baru tetapi juga pengetahuan dan keahlian untuk mengimplementasikan perubahan teknis tersebut.

Berdasarkan fenomena temuan dalam penelitian ini, hal yang bisa digaris bawahi, adalah *hard technology* memoderasi hubungan antara strategi manufaktur dan kinerja operasional sebagai *quase moderator*. Sebaliknya *soft technology* mempengaruhi hubungan antara strategi manufaktur dan kinerja operasional sebagai *independent predictor variable* tetapi tidak memoderasi hubungan strategi manufaktur dan kinerja operasional. Selanjutnya peneliti mengakui sejumlah keterbatasan dalam penelitian ini yang mungkin dapat menimbulkan gangguan hasil penelitian. *Pertama*, jumlah perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini masih dianggap sedikit sehingga model dan hasil belum dapat digeneralisasi, mengingat besarnya populasi perusahaan manufaktur di Indonesia. *Kedua*, peneliti hanya menggunakan persepsi CEO dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner, sehingga tidak terdeteksi apakah bidang-bidang langsung yang terkait dengan proses adopsi teknologi memiliki persepsi yang sama terhadap strategi manufaktur dan tingkat adopsi teknologi yang dilakukan perusahaan.

Beberapa implikasi manajerial yang dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini meliputi: *Pertama*, Kesuksesan perusahaan dalam kondisi lingkungan bisnis yang tidak pasti akan tercapai jika perusahaan mampu memfokuskan pada prioritas kualitas, fleksibilitas, dan pengiriman. Hal ini

dikarenakan kesuksesan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Oleh karena kemampuan memproduksi produk berkualitas tinggi, kemampuan merespon perubahan dalam selera maupun permintaan, dan kemampuan dalam memberikan layanan dan pengiriman tepat waktu merupakan kunci kesuksesan perusahaan dalam persaingan bisnis. *Kedua*, untuk tetap dapat bertahan bahkan *sustained* dalam persaingan, perusahaan harus mampu merespon kebutuhan konsumen secara cepat dan fleksibel. Untuk itu perusahaan perlu melakukan adopsi teknologi karena kesuksesan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memperbaiki kapasitas produk tetapi juga kapabilitas teknologi.

*Ketiga*, keefektifan dalam adopsi teknologi memerlukan tidak hanya fasilitas produksi baru tetapi juga pengetahuan dan keahlian untuk mengimplementasikan perubahan teknis. Kesuksesan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh teknologi tetapi juga dari "*people integrated manufacturing*" yaitu keterkaitan erat antara *hardware technology* dengan ketrampilan yang melekat dalam diri manusia (*human-embedded skills*). *Keempat*, satu faktor kunci kesuksesan perusahaan manufaktur Indonesia untuk mencapai sustainabilitas perusahaan adalah bagaimana merubah paradigma dari "*factory as a laboratory*" menjadi "*factory as a learning environment*" untuk mensosialisasikan dan mengkomunikasikan adopsi teknologi sehingga dapat diperoleh kemanfaatan adopsi tersebut.

*Kelima*, adopsi *hard technology* yaitu AMT dan juga *computer-based technology* di Indonesia masih relatif rendah. Sehingga, mengherankan jika banyak faktor kegagalan perusahaan yang disebabkan oleh rendahnya adopsi dan implementasi teknologi. *Soft technology* seperti TQM, JIT, MRP, dan TPM, lebih diprioritaskan di Indonesia dibandingkan *hard technology* mengingat adopsi teknologi ini memerlukan biaya yang relatif lebih rendah. *Soft technology* dianggap lebih mudah diadopsi karena perusahaan dapat melakukannya secara bertahap dengan melakukan praktik-praktik manajemen modern, tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar seperti dalam adopsi *hard technology*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aggarwal, S., (1995), "Emerging Hard and Soft Technology: Current Status, Issues and Implementation Problem", *International Journal of Management Science*, 23 (3), pp. 323-339.
- Autioe, A., dan Lemanen, T., (1995), "Measurement and Evaluation of Technology Transfer", *International Journal of Technology Management*, 10, pp. 643-664.
- Badri, M.A., Davis, D., dan Davis, D., (2000), "Operation Strategy, Environment Uncertainty, and Performance: A Path Analytic Model of Industries in Developing Country, Omega", *International Journal of Management Science*, 28, pp. 155-173.
- Beaumont, N.B. dan Schroeder, R.M., (1997), "Technology, Manufacturing Performance, and Business Performance Among Australian Manufacturers", *Technovation*, 17 (6), pp. 297-307.
- Braglia, M., Petroni, A., (2000), "Toward A Taxonomy Of Search Pattern Of Manufacturing Flexibility In Small and Medium Sized Firm", *Omega*, 28, pp. 195-213.
- Burgess, T.F., Gules, H.K. Gupta, J.N.D., dan Tekin, (1998), "Competitive Priorities, Process Innovations and Time Based Competition In The Manufacturing Sectors Of Industrializing Economies: The Case Of Turkey", *Benchmarking for Quality Management and Technology*, 5 (4), pp. 304-316.

- Butcher, P., Lee, G., dan Sohal, A., (1999), "Lesson For Implementing AMT: Some Case Experiences With CNC In Australia, Britain and Canada", *International Journal of Production and Operation Management*, 19 (5), pp. 515-526.
- Das, A., Narasimhan, R., (2001), "Process-Technology Fit and Its Implication For Manufacturing Performance", *Journal of Operation Management*, 19, pp. 521-540
- Demeter, K., (2003), "Manufacturing Strategy and Competitiveness", *International Journal of Production Economics*, 81, pp. 205-213.
- Ellitan, L., Jantan, M., dan Dahlan, N., (2003), "The Integrative Effect Of Hard and Soft Technology On Firm's Performance: An Empirical Study From Indonesia", *5th Asian Academy of Management Conference*, 10<sup>th</sup> -13<sup>th</sup> September, 2003, pp. 255-264
- Galbraith, C dan Scendel, D., (1983), "An Empirical Analysis of Strategy Types", *Strategic Management Journal*, Vol. 4, pp. 153-173.
- Gerwin, D., (1993), "Manufacturing Flexibility: A Strategic Perspective", *Management Science*, 39: 395-410.
- Gordon, J., dan Sohal, A., (2000), "Manufacturing Practice and Competitive Capability: An Australian Study", *Technovation*, 19, pp. 295-304
- Ghozali, I., 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro Semarang, edisi 2.
- Hair, J.F., Anderson, R.L., Tatham, dan W.C., Black, (1988), *Multivariate Data Analysis*, 5<sup>th</sup> ed., Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall, Inch.
- Heizer, J., dan Render, B., (2004), *Operation Management*, Seventh Edition Pearson Education International.
- Hitt, M. A., dan Palla K.A., (1982), "Industrial Firm's Grand Strategy and Functional Importance: Moderating Effects Of Technology and Uncertainty", *Academy of Management Journal*, 25 (2), pp. 265-298.
- Krawjesky, L.J., dan Ritzman, L.P., (2002), *Operation Management: Strategy and Analysis*, Sixth Edition. Prentice-Hall International, Inc.
- Lagace, D., dan Bourgault, M., (2003), "Linking Manufacturing Improvement Programs To Competitive Priorities Of Canadian SMEs", *Technovation*, 23, pp. 705-715
- Leong, G.K., Synder, D.L., dan Ward, P.T., (1990), "Research In The Process and Contend Of Manufacturing Strategy", *Omega*, 28, pp. 109-122.
- Nash, M., (1984), *Managing Organizational Performance*, San Fransisco: Josey Bass Publisher.

- Schroeder, R., dan Sohal, A.S., (1999), "Organizational Characteristics Associated With AMT Adoption: Towards A Contingency Framework", *International Journal of Production and Operation Management*, 19(12), pp.1270-1291.
- Skinner, W., (1969), "Manufacturing-Missing Link In Corporate Strategy", *Harvard Business Review*, May-June, pp. 136-146.
- Small, M.H., dan Chen, I.J., (1995), "Investment Justification Of Advanced Manufacturing Technology: An Empirical Analysis", *Journal of Engineering and Technology Management*, 12, pp. 27-55.
- Sohal, A.S., dan Terziovsky, M., (2000), "TQM In Australian Manufacturing: Factor Critical To Success", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 17(2), pp. 158-167.
- Sulaiman, M., Hashim, M.K., dan Wafa, S.A., (2003), "Examining The Moderating Role Of Technology and Environment On The Business Strategy and Performance Relationship In SMEs", *5th Asian Academy of Management Conference*, 10<sup>th</sup> -13<sup>th</sup> September, 2003, pp. 265-276.
- Swamidass, P.M., dan Newell, W.T., (1987), "Manufacturing Strategy, Environmental Uncertainty and Performance: A Path Analytic Model", *Management Science*, 33 (4), pp. 509-524.
- Tsang, A.J.H., dan Chan, P.P., (2000), "TPM Implementation In China: A Case Study", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 17(2), pp. 144-157.
- Warnock, I., (1996), *Manufacturing and Business Excellence: Strategies, Techniques, and Technologies*, Prentice Hall Europe.
- Ward, P.T., Bickford, D.J., dan Leong, G.K., (1995), "Business Environment, Operation Strategy, and Performance: An Empirical Study Of Singapore Manufacturers", *Journal of Operation Management*, 13 (2), pp. 99-155.
- Ward, P.T., dan Duray, R., (2000), "Manufacturing Strategy In Context: Environment, Competitive Strategy, and Manufacturing Strategy", *Journal of Operation Management*, 18, pp. 123-138.
- Wheelwright, S.C. dan Hayes, R.H., (1985), "Competing Through Manufacturing", *Harvard Business Review*, January-February, pp. 99-109
- Yasin, M.M., Small, M., dan Wafa, M.A., (1997), "An Empirical Investigation Of JIT Effectiveness: An Organizational Perspective", *Omega: International Journal of Management Science*, 25, pp. 461-471.

## STUDI MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI NOVICE ACCOUNTANT

Rustiana  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### Abstract

*This study investigates adoption or application of behavior information technology acceptance. Davis' Technology Acceptance Model is employed to explain perceived usefulness, perceived ease of use, and intention to use in information systems. The respondents were 228 accounting students in management information system. Data was collected by questionnaire and then analyzed by using linear regression analysis and independent t-test. The results are in line with most of the hypotheses, only hypothesis on gender differences intention to use information system is not supported by the result of the study. It implies that it is useful for managers, developers, and evaluators of information system to consider Technology Acceptance Model.*

**Keywords:** *perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use, information technology*

### 1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi selain memberikan dampak positif bagi para pengguna, namun tidak sedikit yang melaporkan kegagalan dalam penggunaan sistem informasi tersebut. Banyak proyek pengembangan sistem telah gagal menghasilkan sistem yang bermanfaat (Davis, 1989). Fenomena ini telah diselidiki oleh Ewusi dan Mensah (1990, dalam Gefen dan Keil, 1998) yang menemukan bahwa hampir setengah perusahaan di Amerika melaporkan kegagalan sistem informasinya selama lima tahun pertama setelah implementasi sistem informasi. Oleh karenanya organisasi perlu memahami faktor-faktor perilaku yang mendorong penerimaan/ penolakan suatu sistem oleh user.

Apa yang menyebabkan orang menerima atau menolak aplikasi teknologi informasi? Menurut Davis (1989), ada dua sebab, yakni pertama orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan teknologi informasi, karena mereka percaya bahwa teknologi informasi ini mampu membantu (mempersulit) dalam melakukan tugas-tugas dengan lebih baik. Variabel ini disebut sebagai *perceived usefulness*. Kedua, sekalipun user potensial percaya bahwa sistem ini berguna, namun pada saat yang sama mereka juga mempercayai bahwa sistem ini terlalu sulit untuk digunakan. Variabel ini disebut sebagai *perceived ease of use*.

*Perceived usefulness* (PU) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu yang menggunakan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan *perceived ease of use* (PEOU) mengacu pada tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem informasi bebas dari usaha, yang berarti mudah, bebas dari kesulitan atau tidak perlu usaha yang besar untuk memahami sistem informasi tersebut.

Penelitian mengenai perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi telah banyak dilakukan dan diuji dalam perspektif yang berbeda. Berdasarkan berbagai model yang telah diteliti, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) menawarkan



penjelasan yang kuat dan efisien untuk menguji perilaku penerimaan dan penggunaan sistem informasi oleh pemakai (Davis, 1989). Dalam TAM, penerimaan pemakai terhadap suatu sistem informasi ditentukan oleh dua faktor kunci yakni *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU).

Selain itu masih sedikit penelitian yang menghubungkan antara gender dengan penggunaan sistem informasi. Oleh karenanya didasarkan pada penjelasan tersebut sebelumnya, maka dalam penelitian ini akan dibuktikan pengaruh PEOU dan PU terhadap penggunaan teknologi informasi para *novice accountant*, dan perbedaan dalam penggunaan teknologi informasi ditinjau dari perspektif gender para *novice accountant*.

## 2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1. Teori Model Penerimaan Teknologi

Banyak model yang telah dikembangkan untuk menyelidiki dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi komputer/ sistem informasi dalam organisasi. Model-model ini dikembangkan dari hasil riset empiris dan dukungan rerangka teoritis untuk mempelajari perilaku penerimaan user, adopsi dan penggunaan sistem informasi. Beberapa teori ini adalah *Theory of Reasoned Actions* – TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975); *Technology Acceptance Model* – TAM (Davis, 1989; Davis, et al., 1989); *Theory of Planned Behavior* – TPB (Mathieson, 1991); *Model of PC Utilization*, *Decomposed Theory of Planned Behavior* dan *Innovation Diffusion Theory* (Brancheu dan Wetherbe, 1990; Roger, 1995 dalam Ndubisi dan Kahraman, 2005). Dari penelitian-penelitian empiris model penerimaan teknologi dapat diterapkan pada level individual maupun organisasional.

Pada penelitian ini difokuskan pada TAM dengan dua alasan yakni *pertama*, membantu memahami saling hubungan antara *usefulness*, *ease of use* dan *intention to use sistem informasi*. *Kedua*, TAM lebih baik dari model-model lain yang telah disebutkan sebelumnya, karena model ini *parsimony*/sederhana dan punya kekuatan prediktif yang mempermudah untuk diaplikasikan dalam situasi yang berbeda (Ndubisi dan Kahraman, 2005).

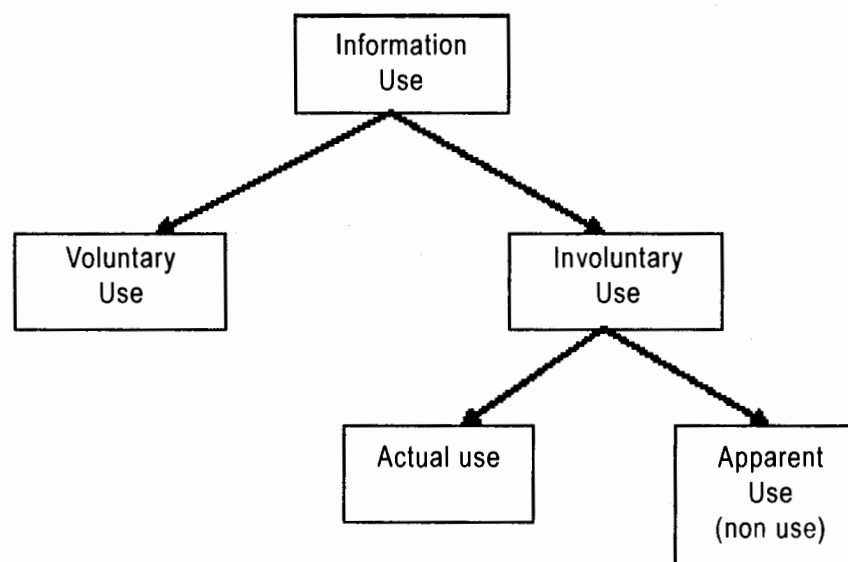
TAM telah banyak digunakan untuk memprediksi penerimaan *user* dan penggunaannya didasarkan pada *perceived usefulness* dan *ease of use*. Davis (1989) dan Davis, et al. (1989) mengembangkan TAM dengan mengadaptasi dari TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975) untuk memahami hubungan sebab akibat dengan mengaitkan variabel-variabel eksternal untuk intensi penggunaan teknologi informasi dan penggunaan aktual dalam tempat kerja. TAM dikembangkan dibawah kontrak dengan IBM Canada Ltd., pada pertengahan 1980-an yang digunakan untuk mengevaluasi potesial pasar untuk berbagai macam aplikasi berbasis PC dalam area multimedia, *image processing*, dan *pen-based computing* sebagai pedoman bagi investor dalam pengembangan produk baru (Davis dan Venkatesh, 1996) Banyak peneliti mereplikasi TAM atau menggunakan instrument TAM (yang secara empiris mempunyai tingkat validitas tinggi) secara ekstensif untuk mencari *range* isu-isu dalam area penerimaan *user* (Mathieson, 1991; Adams, Nelson dan Todd, 1992). Para peneliti sistem informasi manajemen menggunakan TAM dan TRA sebagai dasar teoritis untuk penelitian mereka terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *user* tentang teknologi informasi tetapi dengan memodifikasi TAM yang disesuaikan dengan kondisi penelitiannya.

Kemampuan variabel intensi untuk memprediksi perilaku aktual dalam riset-riset sistem informasi, didukung oleh para peneliti dibidang perilaku organisasi dan psikolog (Ndubisi dan Kahraman, 2005). Banyak riset membuktikan kemampuan prediksi TAM. Mathieson (1991) menguji validitas TAM melalui studi eksperimen penggunaan *spreadsheet* dan kalkulator. Dia membandingkan antara TAM dengan TPB untuk memprediksi intensi individual untuk menggunakan sistem informasi. Hasil studi menunjukkan antara TAM dan TPB sama-sama mempunyai kemampuan prediksi dengan baik, namun TAM dapat digunakan secara umum dan mudah.

Selain mempunyai kelebihan, banyak kritik diarahkan pada TAM. Ndubisi dan Kahraman, (2005) mengutip beberapa temuan para peneliti yakni Straub, *et al.* (1995); Bentler dan Speckart (1979), dan Songer-Nocks (1976). Venkatesh (1999) menunjukkan bahwa TAM selain memiliki kelebihan dibandingkan dengan model-model penerimaan teknologi, namun memiliki kelemahan. Venkatesh menyatakan bahwa meskipun TAM punya kekuatan untuk membantu memprediksi penerimaan *user*, namun tidak membantu untuk memahami dan menjelaskan cara *user* menerima sistem informasi. Mathieson (1991) mempercayai bahwa TAM dapat memprediksi penerimaan *user* tapi tidak menyediakan pemahaman yang cukup dari sudut pandang desainer sistem dengan informasi yang diperlukan untuk menciptakan penerimaan *user* terhadap sistem baru. Straub, *et al.* (1995) mempertanyakan variabel intensi sebagai prediktor perilaku aktual (dalam Ndubisi dan Kahraman, 2005).

Apapun kontroversi mengenai TAM, fakta penelitian empiris membuktikan bahwa jika orang merasakan bahwa suatu sistem informasi berguna dan mudah untuk digunakan, maka orang akan mempunyai *attitude* positif terhadap sistem. *Attitude* yang positif ini selanjutnya ditranslasikan menjadi intensi yang menyenangkan terhadap penggunaan sistem. Intensi ini merupakan prediktor yang baik terhadap penggunaan aktual sistem informasi (Davis, 1989).

Menurut Davis (1989), penggunaan sistem informasi bersifat *voluntary* dan *involuntary*. Dalam beberapa penggunaan sistem informasi, *user* dapat memilih sistem informasi yang dapat membantu menyelesaikan tugas-tugas yang dilakukan. Sebaliknya sebagian *user* menggunakan sistem tersebut karena sudah baku dan sistem tersebut menghasilkan laporan yang bersifat rutin dan *user* menerima laporan yang tidak diminta. *User* mungkin diminta "secara paksa" karena diberi tugas oleh pihak manajemen untuk menggunakan output yang dihasilkan oleh sistem informasi. Penjelasan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1  
Jenis-jenis Penggunaan Sistem Informasi

## 2.2. Pengembangan Hipotesis

*Perceived ease of use* (PEOU) didefinisikan sebagai

"the degree to which a person believes that using the system will be free from effort" (Davis, 1989).

PEOU mempunyai pengaruh positif terhadap *intention to use* sistem informasi melalui dua cara, yakni secara langsung dan tidak langsung melalui *perceived ease of use* (Davis, 1989; Venkatesh dan Morris, 2000).

*Perceived Usefulness* (PU) didefinisikan sebagai

*"the extent to which a person believes that using a particular technology will enhance her/ his job performance"* (Davis, 1989).

PU mencerminkan persepsi kinerja penggunaan secara kontijen yang berkaitan erat dengan *outcome* yang diharapkan, dan motivasi ekstrinsik (Davis, 1989, 1993; Davis, *et al.*, 1989, 1992) banyak riset TAM yang signifikan menunjukkan bahwa PU merupakan determinan yang kuat penerimaan *user*, dan perilaku penggunaan (Davis, 1989, Davis, *et al.*, 1989; Mathieson, 1991; Taylor dan Todd 1995a, 1995b; Venkatesh dan Davis, 2000). Dari penjelasan ini disusunlah hipotesis penelitian satu sampai dengan tiga berikut ini:

**H1: PEOU berpengaruh positif terhadap PU sistem informasi**

**H2: PEOU berpengaruh positif terhadap *intention to use* sistem informasi**

**H3: PU berpengaruh positif terhadap *intention to use* sistem informasi**

Banyak penelitian yang membuktikan ada perbedaan antara pria dan wanita dalam penggunaan teknologi informasi. Pada riset-riset sebelumnya menunjukkan hasil bahwa pria umumnya lebih memprioritaskan peran pekerjaan pada urutan paling penting dibandingkan peran sebagai keluarga yang menempati urutan sekunder dalam tingkat kepentingan. Penelitian O'Neill (1982) seperti yang dikutip oleh Venkatesh dan Morris (1991) menunjukan bahwa pria memberikan perhatian penting pada pekerjaan, prestasi dan popularitas. Minton dan Schneider (1980 dalam Venkatesh dan Morris, 2000) dalam penelitiannya menemukan bahwa pria lebih berorientasi tugas dibandingkan dengan wanita. Dalam konteks ini, orientasi tugas membutuhkan penggunaan teknologi. Oleh sebab itu hipotesis ke empat disusun sebagai berikut

**H4: Ada perbedaan dalam intensi penggunaan sistem informasi ditinjau dari aspek gender**

### 3. METODA PENELITIAN

#### 3.1. Pemilihan Sampel dan Metoda Pengumpulan Data

Yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi (sebagai proksi dari *novice accountant*) FE-UAJY yang sedang mengambil mata kuliah sistem informasi manajemen. Pada mata kuliah ini, mahasiswa diwajibkan untuk mengambil praktikum di lab komputer dengan membuat proyek database yang menggunakan *software* aplikasi *Microsoft access* versi 2003. Cara pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Data *novice accountant* dikumpulkan dengan cara *personally administered questionnaire* (Sekaran, 2000) yakni suatu metode pengumpulan sampel dengan menyebarkan kuesioner pada sekelompok responden secara langsung. Banyak keuntungan dengan menggunakan metode jenis ini, yakni: dapat memotivasi responden, responden dengan cepat dan mudah dapat mengklarifikasi item-item pernyataan kuesioner jika memang perlu adanya klarifikasi, lebih murah dibanding dengan *mail questionnaire*, tingkat *respon rate* tinggi dan anonimitas responden terjamin. Pada tabel 1 dapat dibaca responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 288 orang dengan *respon rate* sebesar 100%. Hal ini dikarenakan peneliti menyebarkan kuesioner setelah membahas materi kuliah pada empat kelas sistem informasi manajemen jurusan akuntansi untuk program studi akuntansi.

Tabel 1  
Rincian Penyebaran dan Kembalikan Kuesioner

Responden	Kuesioner disebarkan	Kueisoner Kembali	Respon rate
Novice accountant	288	288	100 %

Sumber: Data diolah

### 3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Ketiga variabel penelitian yakni *Perceived Ease of Use*, *Perceived usefulness* dan *Intention to Use* merupakan konstruk dari *Technology Acceptance Model* yang didesain oleh Davis, et al. (1989) Variabel Model Penerimaan Teknologi telah banyak digunakan oleh para peneliti sedunia yang berminat meneliti dalam bidang sistem informasi. PU menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Ukuran suatu sistem informasi yang dirasakan bermanfaat oleh user dikembangkan oleh Davis (1989) dan yang terdiri dari enam item. Venkatesh dan Morris (2000) menggunakan empat item yang diukur dengan 5 skala likert, yakni user merasakan bahwa sistem informasi dapat membantu meningkatkan kinerja pekerjaannya; user merasakan bahwa sistem informasi dapat membantu meningkatkan produktifitasnya; user merasakan bahwa sistem informasi dapat membantu meningkatkan efektivitas pekerjaannya; dan user merasakan bahwa sistem informasi berguna dalam pekerjaannya

PEOU menunjukkan tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem informasi bebas dari usaha, yang berarti mudah, bebas dari kesulitan atau tidak perlu usaha yang besar untuk memahami sistem informasi tersebut. Ukuran suatu sistem informasi yang dirasakan mudah digunakan oleh user dikembangkan oleh Davis (1989) dan yang terdiri enam item. Venkantesh dan Morris(2000) menggunakan empat item dan diukur dengan 5 skala likert. Keempat item tersebut yakni user merasakan bahwa operasi sistem informasi mudah untuk mempelajari dan dapat dipahami; user merasakan bahwa mudah berinteraksi dengan sistem secara jelas dan dengan cara yang mudah dipahami; user merasakan bahwa interaksi dengan sistem informasi bebas dari usaha mental; user merasakan bahwa mudah untuk memperoleh sistem informasi yang dapat melakukan apa yang diinginkan

Variabel *Intention to use* didefinisikan Davis (1989) sebagai intensi user dalam menggunakan sistem yang diukur dengan dua item dengan 5 skala likert pernyataan berikut, user bermaksud menggunakan sistem informasi jika memilikinya; dan user memprediksi menggunakan sistem informasi jika memilikinya.

### 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan analisis faktor  $\geq 0,5$  dengan *factor loading*  $\geq 0,4$  dan nilai *eigenvalue*  $>1$ . Sedangkan uji reliabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* yang diolah dengan menggunakan software SPSS versi 10, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

	KMO	Loading factor	Eigenvalue >1	Cronbach Alpha
Perceived Ease of Use (PEOU)	0,622	0,667 -0,818	2,290	0,5638
Perceived usefulness (PU)	0,729	0,668 – 0,701	1,773	0,7436
Usage (U)	0,500	0,835	1,396	0,5667

Sumber: Data diolah

Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif, korelasi antar variabel. Pengujian hipotesis untuk H1 - H3 menggunakan alat statistik analisis regresi, sedangkan H4 dengan menggunakan alat statistik *independent t-test*.

#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, responden berjenis kelamin wanita mendominasi sampel, yakni sebesar 67,5% sedangkan sebanyak 32,5% responden berjenis kelamin pria. Sedangkan korelasi bivariat antar variabel dapat dilihat pada tabel 3. Pada tabel 3 diketahui bahwa variabel demografi responden berupa variabel umur dan variabel semester (SMT) dengan PEOU berkorelasi positif masing-masing sebesar 0,177 dengan tingkat signifikansi 0,008 dan sebesar 0,170 dengan tingkat signifikansi 0,011.

**Tabel 3**  
**Korelasi Bivariat Antar Variabel**

	Umur	TA	IPK	SMT	PEOU	PU	IU
Umur	1.000	.027	-.366(**)	.906(**)	.177(**)	-.009	-.073
		.682	.000	.000	.008	.894	.274
TA		1.000	.009	-.305(**)	.023	.086	.079
			.911	.000	.726	.196	.236
IPK			1.000	-.313(**)	-.001	-.026	.138
				.000	.987	.747	.085
SMT				1.000	.170(*)	-.089	-.101
					.011	.190	.134
PEOU					1.000	.217(**)	.238(**)
						.001	.000
PU						1.000	.250(**)
							.000
IU							1.000

\*\* Korelasi signifikan pada *alpha* 0,01 (2-tailed).

\* Korelasi signifikan pada *alpha* 0,05 (2-tailed).

Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak umur dan semester dari responden, maka semakin tinggi pula *perceived ease of use* suatu sistem informasi. Variabel PEOU berkorelasi positif dengan variabel PU sebesar 0,217 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,01. Ini menunjukkan bahwa responden merasakan bahwa semakin mudah suatu sistem informasi digunakan maka semakin tinggi pula manfaat yang dirasakan dalam menggunakan sistem informasi. Selanjutnya variabel PEOU dan PU berkorelasi positif dengan variabel IU (*intention to use*) masing-masing sebesar 0,238 dan 0,250 dengan tingkat signifikansi yang sama sebesar 0,001. Terbukti bahwa semakin tinggi kemudahan dan manfaat yang dirasakan responden terhadap sistem informasi maka semakin tinggi pula intensi untuk menggunakan sistem informasi tersebut.

#### 4.1. Uji hipotesis

Pada penelitian ini ada empat hipotesis yang hendak diuji. Hipotesis satu sampai dengan tiga diuji dengan menggunakan analisis regresi linier. Sedangkan hipotesa empat diuji dengan *independent t-test*. Hasil analisis regresi dapat dilihat dalam tabel 4.

Tabel 4  
Hasil Uji Hipotesis Satu, Dua dan Tiga

Hipotesis	Beta	R square	Nilai t	p-value	Keterangan
H1:PEOU berpengaruh positif terhadap PU	0,217	0,047	3,338	0,001	Signifikan
H2:PEOU berpengaruh positif terhadap intention to use	0,238	0,057	3,692	0,000	Signifikan
H3:PU berpengaruh positif terhadap intention to use	0,250	0,063	3,876	0,000	Signifikan

Dari hasil pengujian hipotesis satu dapat diketahui bahwa *H1 didukung* dengan nilai  $t = 3,338$  dan tingkat signifikansi  $<0,05$ . *R square* sebesar 0,047 pada nilai  $F = 11,139$  dengan tingkat signifikansi  $<0,05$ . Dari hasil pengujian hipotesis dua dapat diketahui bahwa *H2 didukung* dengan nilai  $t$  sebesar 3,692 dan tingkat signifikansi  $p < 0,01$ . *R square* sebesar 0,057 pada nilai  $F$  sebesar 13,628 dengan  $p\text{-value} < 0,01$ . Dari hasil pengujian hipotesis 3 dapat diketahui bahwa *H3 diterima* dengan nilai  $t$  sebesar 3,876 dan tingkat signifikansi  $p < 0,01$ . *R square* sebesar 0,063 pada nilai  $F$  sebesar 13,024 dengan  $p\text{-value} < 0,01$ .

Hipotesis empat menyatakan ada perbedaan dalam intensi penggunaan sistem informasi ditinjau dari aspek gender. Hipotesis ini diuji dengan alat statistik *independent t-test* yang hasilnya dapat dibaca pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5  
Hasil Uji Hipotesis Empat

Gender	Mean	Deviasi standar	Signifikansi	keterangan
Pria (n = 74)	7,93	1,24	0,628	H4 ditolak
Wanita (n = 158)	8,01	1,02		

#### 4.2 Pembahasan

Hasil penelitian untuk menguji hipotesis satu sampai dengan tiga menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung. Hal ini konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya (Davis, 1989; Venkatesh dan Morris, 2001). Riset ini memperkuat model penerimaan teknologi yang dikembangkan Davis (1989). TAM *parsimony* dan mempunyai kekuatan untuk memprediksi model perilaku *user* dalam dalam penggunaan teknologi informasi.

Menurut Venkatesh dan Morris (2001) penelitian mengenai aspek gender dalam TAM dimaksudkan untuk menyelidiki gender sebagai kunci potensial dalam upaya untuk memahami peran pengaruh sosial dalam inisiasi adopsi teknologi dan menjaga kontinuitas penggunaan teknologi baru. Hasil riset memberikan manfaat agar lebih memahami dengan baik perbedaan gender dalam penerimaan, pengadopsian dan penggunaan teknologi informasi. Sehingga bermanfaat dalam menyediakan sudut pandang dari sisi lain (yakni variabel gender) yang berharga kedalam implementasi dan difusi teknologi baru dalam seting organisasional. Penelitian O'Neill (1982) seperti yang dikutip oleh Venkatesh dan Morris (1991) menunjukkan bahwa pria memberikan perhatian penting pada pekerjaan, prestasi dan popularitas. Minton dan Schneider (1980 dalam Venkatesh dan Morris, 2000) dalam penelitiannya menemukan bahwa pria lebih berorientasi tugas dibandingkan dengan wanita. Dalam konteks ini, orientasi tugas membutuhkan penggunaan teknologi.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Venkatesh dan Morris (2001). Tidak didukungnya hipotesis empat dapat dijelaskan sebagai berikut: *intention to use* tidak tergantung pada gender seseorang. Sistem informasi yang dikembangkan oleh para desainer sistem (dalam hal ini adalah *software microsoft access*) dirancang secara umum dalam desain dan manajemen database. Penggunaan sistem informasi dapat digolongkan menjadi dua yakni *voluntary use* dan *involuntary use*. Pada *voluntary use*, penggunaan sistem informasi dilakukan karena *user* merasa membutuhkan sistem tersebut untuk membantu melakukan tugas-tugasnya supaya mencapai hal seperti yang diharapkan. Namun pada *involuntary use*, penggunaan sistem informasi bukan berdasar pada kebutuhan tetapi lebih didasarkan pada "keterpaksaan" karena *user* belum tentu membutuhkan sistem informasi tersebut. *Involuntary use* dibedakan lagi menjadi dua yakni *actual used* dan *apparent use (nonuse)*. Perbedaan ini disebabkan oleh dua faktor, *pertama*, jumlah dan frekuensi penggunaan, dan *kedua* sifat penggunaan/ *nature of use*.

Meskipun pada riset ini, peneliti tidak mencari data mengenai jumlah dan frekuensi penggunaan serta sifat penggunaan suatu sistem informasi. Namun penjelasan secara teoritis sebagai berikut: jumlah dan frekuensi penggunaan dapat dilihat pada aspek: lamanya berkoneksi dengan sistem; jumlah *inquiry* yang dibuat; jumlah fungsi yang terlibat dalam sistem; jumlah *record* yang diakses dalam database; jumlah laporan yang dihasilkan serta banyaknya biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan sistem. Dalam hal ini, para responden diwajibkan oleh dosen pengampu mata kuliah sistem informasi untuk membuat tugas kelompok berupa proyek desain *database* suatu sistem informasi organisasi bisnis tertentu. Tugas ini dipresentasikan pada pertemuan terakhir untuk mendapatkan komentar dari para peserta dan dosen. Dalam penyelesaian tugas proyek desain database, para peserta diwajibkan untuk mengikuti kelas praktikum yang diasuh oleh para asisten laboratorium komputer fakultas ekonomi, yang sebagian besar adalah mahasiswa senior, untuk memberikan tutorial. Selain itu adanya kelas praktikum merupakan salah satu komponen dasar pemberian nilai dosen sistem informasi manajemen kepada para mahasiswa. Karena penggunaan sistem informasi (*software microsoft access*) merupakan penggunaan yang diwajibkan dosen pada para mahasiswa maka intensi penggunaan tidak dibatasi oleh gender.

#### 5. SIMPULAN

Pada penelitian ini ada empat hipotesis yang diuji. Berdasarkan hasil analisis data terbukti bahwa hipotesa satu, dua dan tiga didukung. Sedangkan hipotesa empat tidak didukung. Adapun hasil dari

penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara PEOU terhadap PU suatu sistem informasi; adanya pengaruh positif antara PEOU dengan IU; adanya pengaruh positif antara PU dengan IU; dan tidak ada perbedaan IU suatu sistem informasi ditinjau dari aspek gender. Tidak didukungnya hipotesis empat karena *user* menggunakan sistem informasi berdasarkan *involuntary use*. Penggunaan suatu sistem informasi bukan berdasar pada kebutuhan *user* namun lebih didasarkan pada "keterpaksaan" *user*. Karena *user* belum tentu membutuhkan sistem informasi tersebut guna mendukung penyelesaian tugas-tugasnya. Hal ini karena dosen pengampu mata kuliah sistem informasi manajemen mewajibkan mahasiswanya mempelajari sistem informasi (*Software Microsoft Access*) untuk menyelesaikan proyek desain database. Karena sifatnya merupakan kewajiban maka intensi penggunaan sistem informasi tidak dibatasi oleh gender.

Pada penelitian ini ada sejumlah keterbatasan yang membatasi kesempurnaan hasil yakni sampel mahasiswa akuntansi hanya pada salah satu perguruan tinggi swasta saja sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi; proksi *novice accountant* hanya diambilkan dari mahasiswa akuntansi yang telah/ sedang mengambil mata kuliah sistem informasi manajemen, proksi ini mungkin kurang tepat karena membatasi *novice accountant* dalam pengertian yang sempit; dan hasil jawaban responden kemungkinan bisa bias karena butir-butir jawaban tergantung dari persepsi masing-masing responden.

Adapun implikasi penelitian ini adalah hasil riset semakin memperkuat bahwa TAM merupakan model yang parsimony dan punya kekuatan prediktif dalam mempelajari perilaku penerimaan teknologi oleh para *user*, hasil penelitian ini konsisten dengan para peneliti sebelumnya (Davis, 1989; Venkatesh dan Morris, 2001). Implikasi praktis, bagi para desainer sistem informasi perlu memperhatikan dua variabel penting ketika *user* bersedia menggunakan sistem informasi tersebut apabila suatu sistem informasi dirasakan mudah digunakan dan bermanfaat, ada baiknya ketika dalam proses mendesain sistem dengan pendekatan *System Development Life Cycle*, para desainer sistem melakukan studi kelayakan operasional mengenai mau dan mampunya para *user* menggunakan sistem informasi tertentu sehingga dengan demikian proses konversi/ pergantian sistem lama ke sistem baru dapat meminimalkan *resistance to change* dari para *user*, sedangkan bagi evaluator sistem, model TAM yang diusulkan Davis (1989) dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai efektifitas sistem informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F.D., (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol.13, no.3.
- Davis, F.D., R. P. Bagozzi, dan P. R. Warshaw, (1989), "User Acceptance of Information Technology: A Comparison of Two Theoretical Model", *Management Science*, 35, pp. 982-1002.
- Davis, F.D., dan V. Venkatesh, (1996), "A Critical Assessment of Potential Measurement Biases in the Technology Acceptance Model: Three Experiments", *International Journal of Human Computer Studies*, 45, pp. 19-45.
- Fishbein, M. dan I. Ajzen, (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, reading, MA.
- Gefen, Davis., dan M. Keil., (1998), "The Impact of Developer Responsiveness of The Technology of The Technology Acceptance Model", *Database for Advances in Information Systems*, Vol.29, No.2.



- Igbaria, M., Zinatelli, N., Cragg, P., dan Cavaye, A.L.M., (1997), "Explaining The Role of User Participation in Informaton System Use", *Management Science*, Vol.40., No.4.
- Mathieson, K., E. Peacock., dan W.C.Chin., (2001), "Extending The Technology Acceptance Model: The Influence of Perceived User Resources", *Database for Advanced in Information Sytems*. New York. Vol.32., No.3.
- Ndubisi, N. O., dan Kahraman, C., (2005), "Teleworking Adoption Decision Making Process: Multinational and Malaysian Firms Comparison", *Journal of Enterprise Information Management*, Bradford Vol. 18.
- Taylor, S. dan P. A. Todd, (1995a), "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models", *Information System Research*, 6, pp. 144-176.
- Taylor, S. dan P. A. Todd, (1995b), "Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience", *MIS Quarterly*, 19/4, pp. 561-570.
- Venkatesh, V., dan F.D. Davis., (2000), "A Theoritical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Fields Studies", *Management Science*, Vol.46, no.2.
- Venkatesh, V., dan M.G.Morris, (2000), "Why Don't Men Everstop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior", *MIS Quartely*. Vol.24., No.1.

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS NASABAH PERBANKAN DI SURABAYA

Gunarto Suhardi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### Abstract

*Led by foreign banks operating in Indonesia, many banks have switched their main business activities from corporate banking business to individual customer banking activities. This is due to the deteriorating general economic condition in Indonesia at the present time. Individual customer's base operation for banking communities proved to be suitable and giving good returns. However, as many banks operating in the same basis, competition among banks has mounted considerably. One must be able to achieve trust and loyalty from their valued customers. This article tries to understand how bank in Surabaya should get these basic elements of trust and loyalty.*

**Keywords:** corporate banking business, individual customer banking, trust, loyalty.

### 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan selama bertugas pada sebuah bank maka terdapat fenomena yang menarik untuk diamati pada waktu sekarang ini, yakni pergeseran aktivitas perbankan dari operasi yang mendasari diri pada pelayanan perusahaan besar ke pelayanan nasabah individual. Dalam dunia perbankan di Indonesia telah terjadi perubahan yang cukup menarik yaitu bergesernya bisnis perbankan, dari perbankan yang melayani perusahaan (*corporate banking*) menjadi lebih fokus pada melayani perseorangan (*consumer banking*). Pergeseran ini terjadi setelah krisis ekonomi melanda pada tahun 1997, ketika banyak pelaku bisnis mengalami masalah serius kondisi keuangan usaha yang dijalankan. Kondisi ini nampak pada tingginya tingkat *non performing loan* sehingga terjadi kredit macet.

Kondisi buruk yang melanda kinerja keuangan perusahaan-perusahaan *corporate* tersebut mengakibatkan *target market* perbankan yang bergerak di bidang *corporate banking* menjadi menyempit. Didorong oleh keinginan untuk tetap bertahan dalam bisnis perbankan, banyak bank yang kemudian mengalihkan *target market*nya kepada konsumen individual. Kecenderungan ini didukung oleh kenyataan bahwa besarnya jumlah penduduk di Indonesia merupakan potensi besar yang berhubungan erat dengan dana dari pihak ketiga.

Masalah selanjutnya, banyak perbankan yang berbondong-bondong memasuki lahan berpotensi ini mengingat kredit kepada individual terbukti lebih bertahan di tengah pergolakan ekonomi. Perbankan yang fokus pada *consumer banking* lebih mampu bertahan daripada perbankan yang fokus pada *corporate banking*. Semakin banyak bank yang beralih menggarap pasar konsumen membuat persaingan antar bank semakin tinggi. Persaingan yang ketat ini mendorong perbankan untuk menciptakan *competitive advantage*.

Perbankan adalah industri yang penawarannya relatif homogen. Dalam industri perbankan, bila tingkat bunga (*price*) merupakan satu-satunya *differentiator* atau pembeda dengan pesaing, maka bank perlu menciptakan diferensiasi lain sehingga dapat bertahan diantara kesesakan persaingan

pasar. Secara sederhana kinerja keuangan perusahaan sesungguhnya bersumber pada kesetiaan konsumen. Konsumen yang setia dapat menghemat biaya 4 hingga 5 kali untuk biaya mendapatkan pelanggan baru. Kenyataan ini menjadikan tantangan tersendiri bagi perbankan, yaitu menciptakan keinginan konsumen untuk menggunakan produk dan jasa perbankan dan menjalin hubungan yang dekat antara bank dan konsumen.

Salah satu keunggulan bersaing yang paling efektif dalam bisnis berkarakteristik jasa adalah membina hubungan erat dengan konsumen. Akhir-akhir ini perusahaan berusaha untuk membangun hubungan yang dekat dengan konsumennya. Hubungan yang dekat dengan konsumen dalam jangka panjang akan mendorong pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan menemukan cara-cara terbaik dalam berinteraksi sehingga *relationship cost* dapat dikurangi. Dengan hubungan yang saling memuaskan kedua pihak, maka biaya transaksi yang muncul akibat peralihan konsumen ke penyedia jasa baru dapat dihindari (Gronroos, 1994).

Produk dan jasa perbankan merupakan bisnis yang didasarkan pada kepercayaan sehingga lebih rentan terhadap kesalahan-kesalahan dalam proses penyampaian. Ketika perusahaan memiliki hubungan yang dekat dengan perusahaan, konsumen cenderung lebih mudah memaafkan kesalahan yang terjadi. Oleh karena itu agar tercipta hubungan yang dekat dengan konsumen diperlukan kepercayaan konsumen sebagai elemen kuncinya. Hubungan yang erat antara perusahaan dan konsumen dapat mempengaruhi respon konsumen (Guenzi dan Peloni, 2003).

Industri perbankan terutama dalam produk-produk *consumer banking* bersaing dengan ketat untuk mempertahankan nasabah mereka agar tidak beralih ke bank lain yang menawarkan layanan serupa. Masalah kepercayaan mengemuka ketika semakin banyak pilihan produk dan merek di pasar disertai dengan semakin sempitnya waktu yang tersedia bagi konsumen. Selain itu, terbatasnya informasi yang disediakan oleh bank mengakibatkan konsumen hanya dapat bersandar pada nama besar. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk mengkaji pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kesetiaan nasabah bank.

## 2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada dasarnya konsumen memiliki kedaulatan untuk memutuskan produk mana yang hendak dibeli tanpa ada paksaan atau tuntunan dari pihak eksternal (Gronow dan Warde, 2001). Namun demikian yang terjadi adalah nama besar merek seringkali menjadi satu-satunya sumber informasi konsumen dalam keputusan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen menjadi pihak yang lemah dalam proses pertukaran. Konsumen menjadi terbawa oleh arus informasi yang diciptakan oleh pemasar. Pada tahap tertentu, konsumen menjadi sangat pasif dan dengan mudah mempercayai semua informasi yang disampaikan pemasar. Kondisi ini membuat salah satu pihak dalam proses pertukaran menjadi tidak berdaya dan adanya kepercayaan akan menciptakan rasa aman dan kredibel sehingga mengurangi persepsi konsumen akan risiko dalam pertukaran. Perusahaan perlu menciptakan kondisi yang lebih stabil, lebih mudah saling memprediksi perilaku partner sehingga konsumen menjadi enggan untuk berganti penyedia produk (Turnbull *et al.* dalam Bennet dan Gabriel, 2001).

Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak yang lain. Definisi Morgan dan Hunt sejalan dengan pendapat Moorman *et al.* (dalam Morgan dan Hunt, 1994) bahwa kepercayaan adalah kesediaan atau kerelaan untuk bersandar pada rekan yang terlibat dalam pertukaran yang diyakini. Kerelaan merupakan hasil dari sebuah keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, kejujuran, bertanggung jawab, ringan tangan dan berhati baik. Keyakinan ini akan menciptakan sebuah hubungan yang dekat antar pihak yang terlibat pertukaran.

Dalam riset Costabile (1998) kepercayaan atau *trust* didefinisikan sebagai persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan. Ciri utama terbentuknya kepercayaan adalah persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman.

Beberapa riset berhasil menemukan hubungan kepercayaan antara konsumen dengan merek mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Merek toko dan merek privat menjadi semakin populer karena konsumen lebih mempercayai bahwa produk dengan merek tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi (Miguel *et al.* 2002). Selanjutnya, Delgado *et al.* (2000) mengindikasikan kepercayaan konsumen mempengaruhi kesetiannya.

Achroll (dalam Bennet dan Gabriel, 2003) berpendapat bahwa dalam dunia bisnis, kepercayaan antar perusahaan (*buyer-seller*) membantu dalam menentukan indikator-indikator yang berkaitan dengan kinerja seperti jangkauan pertukaran informasi, penyelesaian masalah bersama, kepuasan atas hasil-hasil aktivitas yang telah dilakukan dan semakin besarnya motivasi dalam implementasi hasil-hasil keputusan. Adanya kepercayaan akan menciptakan rasa aman dan kredibel dan mengurangi persepsi konsumen akan resiko dalam pertukaran (Selnes, 1988 dalam Bennet dan Gabriel, 2003). Hal ini berhasil dibuktikan oleh Walter *et al.* (2000) dalam Bennet dan Gabriel (2003) tentang hubungan kepercayaan antar perusahaan. Walter *et al.* (2000) dalam Bennet dan Gabriel (2003) membuktikan bahwa kepuasan konsumen akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam hubungan pertukaran industri.

Menurut Luarn dan Lin (2003) kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Berdasarkan temuan empiris dan teori tentang kepercayaan diatas dirumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> Integritas bank mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap bank**
- H<sub>2</sub> Kredibilitas bank mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap bank**
- H<sub>3</sub> Benevolence mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap bank**
- H<sub>4</sub> Kepercayaan mempengaruhi kesetiaan nasabah.**

### **3. METODA PENELITIAN**

Penelitian ini melibatkan 220 responden yang merupakan nasabah berbagai bank di Surabaya baik bank negara maupun bank swasta. Responden yang dipilih adalah mereka yang memenuhi syarat sebagai anggota sampel yaitu bekerja dan bertempat tinggal di Surabaya, telah menjadi nasabah bank selama lebih dari 5 tahun, berusia 25 hingga 60 tahun. Sampel diambil dengan metode *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* dipilih karena kendala memperoleh daftar nasabah bank sehingga pengambilan sampel secara acak tidak dimungkinkan. Meskipun pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non random, generalisasi hasil masih dimungkinkan bila didukung dengan jumlah sampel yang besar.

Selanjutnya responden diminta kesediaannya untuk mengisi kuesioner. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala Likert dimana nilai 5 mewakili sangat setuju dan nilai 1 mewakili sangat tidak setuju. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik model persamaan struktural. Model persamaan struktural adalah teknik analisis yang merangkaikan beberapa variabel independen dan dependen untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel tersebut. Penggunaan alat statistik ini didasarkan pada beberapa pertimbangan yaitu: alat ini menyediakan model yang secara langsung dapat memproses sejumlah hubungan antar variabel secara bersamaan sekaligus efisiensi

dalam statistik; dan kemampuan alat ini untuk menilai hubungan yang ada diantara variabel secara komprehensif. Data ditabulasi dengan program SPSS versi 11 dan kemudian diolah dengan program AMOS versi 5.

#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Model diuji terlebih dahulu dengan *software* Amos versi 5 untuk menentukan apakah model penelitian yang diatas sesuai dengan data yang digunakan. Berdasarkan tingkat signifikansi sebesar 0.487, dan nilai *Chi-square* sebesar 96.803, indeks Cmin/df, GFI, TLI, RMSEA, CFI diterima pada rentang nilai yang disyaratkan seperti ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini :

**Tabel 1**  
**Goodness of Fit Persamaan Model Struktural**

Indikator	Batas Penerimaan	Hasil	Keterangan
Chi Square	diharapkan kecil	96.803	
Probabilitas	> 0.05	0.487	Baik
Cmin/DF	< 2	0.998	Baik
RMSEA	< 0.08	0.000	Baik
GFI	> 0.90	0.947	Baik
CFI	> 0.95	1.000	Baik
TLI	> 0.95	1.000	Baik

Selanjutnya, terdapat empat hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Hipotesis pertama, bahwa integritas mempengaruhi kepercayaan secara signifikan berhasil dibuktikan dengan nilai *critical ratio* sebesar 3.443 pada tingkat signifikansi sebesar 0.000. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kredibilitas mempengaruhi kepercayaan secara signifikan berhasil dibuktikan dengan nilai *critical ratio* sebesar 3.096 pada tingkat signifikansi sebesar 0.002. Hipotesis ke tiga bahwa *benevolence* akan mempengaruhi kepercayaan berhasil dibuktikan secara signifikan dengan nilai *critical ratio* sebesar 4.264 pada taraf signifikansi sebesar 0.000. Hipotesis ke empat yang menyatakan bahwa kepercayaan akan mempengaruhi kesetiaan nasabah juga berhasil dibuktikan dengan nilai *critical ratio* sebesar 10.486 pada taraf signifikansi sebesar 0.000

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Hipotesis**

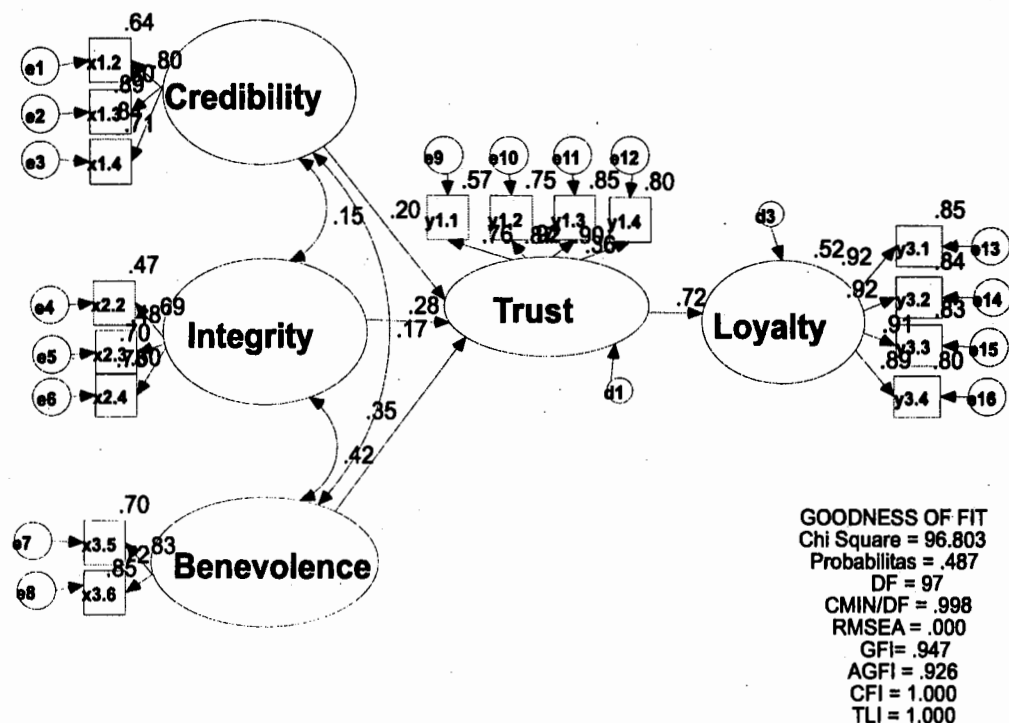
Simbol	Hipotesis	Estimate	C.R	P	Ket.
H <sub>1</sub>	Trust ← Integrity	0.264	3.443	0.001	Terbukti
H <sub>2</sub>	Trust ← Credibility	0.201	3.096	0.002	Terbukti
H <sub>3</sub>	Trust ← Benevolence	0.327	4.264	0.000	Terbukti
H <sub>4</sub>	Loyalty ← Trust	0.079	10.486	0.000	Terbukti

Hasil uji hubungan kausalitas menunjukkan bahwa integritas mempengaruhi kepercayaan merek sebesar 0.281. Fakta ini menandakan bahwa penilaian konsumen terhadap integritas karyawan

bank mempengaruhi kepercayaan, untuk menabung atau aktivitas intermediasi lainnya. Kesan yang diterima oleh nasabah akan integritas karyawan ketika mereka menghadapi masalah misalkan apakah karyawan menampilkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip perbankan yang benar atau apakah setiap masalah yang dihadapi nasabah diselesaikan oleh karyawan bank sesuai dengan konteks dan sistem yang berlaku akan menentukan penilaian nasabah apakah bank dapat dipercaya atau tidak. Kesan-kesan tersebut menjadi acuan penilaian nasabah dalam menentukan apakah bank melakukan praktik-praktik yang jujur dalam menjalankan fungsi intermediasinya.

Hasil uji hubungan kausalitas menunjukkan bahwa kredibilitas mempengaruhi kepercayaan merek sebesar 0.201. Kredibilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan nasabah. Sejauhmana pengalaman perusahaan dalam industri tersebut dinilai sebagai sedalam apakah keahlian perusahaan dalam layanan jasanya oleh nasabah. Dalam konteks perbankan, usia bank atau karyawan bank yang dinilai senior dalam bisnis perbankan, membentuk kesan dalam alam pikir nasabahnya bahwa bank tersebut memiliki keahlian yang mencukupi sehingga layak dipercaya.

Hasil uji hubungan kausalitas menunjukkan bahwa *benevolence* mempengaruhi kepercayaan merek sebesar 0.346. Hal terpenting dalam industri jasa perbankan adalah adanya empati karyawan yang dapat dirasakan oleh nasabah. Sikap perhatian (*concern*) yang mendalam karyawan bank pada nasabahnya menjadi tanda apakah bank layak dipercaya atau tidak. Perhatian karyawan terhadap nasabah merupakan indikator bagi nasabah bahwa bank memiliki kebijakan-kebijakan yang berorientasi pada nasabah. Bagi nasabah, kebijakan semacam ini dinilai penting mengingat faktor risiko yang harus ditanggung nasabah ketika kinerja bank menjadi buruk.



Gambar 1  
Hasil Uji Kausalitas

Hasil uji hubungan kausalitas menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi kesetiaan sebesar 0.725. Temuan ini sesuai dengan bukti-bukti empiris bahwa suatu hubungan jangka panjang memang didasari adanya kepercayaan diantara pihak-pihak yang terlibat. Konsumen akan setia pada perusahaan, merek atau produk yang telah mereka percaya (Delgado *et al.*, 2003). Seseorang akan mempercayai pihak lain ketika ada cukup bukti dan alasan bahwa pihak tersebut sungguh layak untuk dipercaya. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan perantara yang menjembatani hasil-hasil kinerja ekonomi dengan hubungan jangka panjang perusahaan-konsumen (Geyskens *et al.*, 1998:243). Artinya kinerja keuangan perbankan saja tidak mampu dengan sendirinya menciptakan nasabah yang setia namun diperlukan adanya emosi dalam diri nasabah dalam bentuk rasa aman, rasa yakin, bahkan rasa senang terhadap layanan bank yang merupakan ekspresi kepercayaan untuk membuat nasabah setia pada bank.

Demikian juga dengan publikasi dan berbagai gebyar yang dilansir oleh berbagai bank yang besar – besar dan memakan biaya yang begitu tinggi belum tentu mampu untuk menarik kepercayaan dan loyalty dari para nasabah. Disini terbukti bahwa menurut Ferrinadewi ( 2005 ) pengalaman memperoleh pelayanan, perhatian dan hasil yang menguntungkan dalam waktu tertentu lebih berbicara untuk tetap mengikat para nasabah menjadi nasabah yang setia.

## 5. SIMPULAN

Kepercayaan merupakan salah satu bentuk perasaan. Kepercayaan merupakan satu proses kognitif yang terjadi dalam benak manusia. Emosi konsumen berperan aktif dalam formasi kepercayaan antara nasabah dan bank.. Kunci dari hubungan kepercayaan ini adalah pengalaman. Jika pengalaman positif sering dialami konsumen maka konsumen menaruh kepercayaan pada produk dan sebaliknya. Dapat diartikan juga bahwa kepercayaan adalah suatu keadaan sebagai hasil hubungan yang terbangun dalam jangka waktu tertentu. Kepercayaan merupakan variabel yang menjembatani kinerja keuangan perusahaan dengan keinginan nasabah untuk tetap setia pada bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bennet, Roger, dan Helen Gabriel, (2001), "Reputation, Trust and Supplier Commitment The Case Old Shipping Company/Seaport Relations," *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 16 pp. 424-438.
- Chiou, Jyh-Shen, Cornelia Droge dan Sangphet Hanvanich, (2002), "Does Customer Knowledge Affect How Loyalty is Form ?," *Journal of Service Marketing*, vol.5 no.2, pp. 121-131.
- Chow, Simeon, dan Reed Holden, (1997), "Toward An Understanding Of Loyalty : The Moderating Role Of Trust," *Journal of Managerial Issues*, Vol. IX no. 3, pp. 275-29
- Costabile, Michele, (2003), A Dynamic Model of Customer Loyalty, *Working Paper*.
- Delgado-Ballester, Ellena dan Josse-Luis Munuera Allmeman dan Maria Jesus Yague Guelen, (2003), "Development and Validation of Brand Trust Scale," *International Journal of Market Research*, Vol 45, pp. 35-53.
- Ferrinadewi, Erna, (2005<sup>a</sup>), "Hubungan Kepercayaan Antara Konsumen dan Merek : Studi Eksplorasi Konsumen Kosmetik di Surabaya," *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik*, vol.1 no. 3, pp.230-241.

- Geyskens, Steenkamp, J.E.M dan Kumar N, (1998), "Generalizations About Trust in Marketing Channel Relationship Using Meta-Analysis International" *Journal of Research in Marketing*, vol. 15, pp.223-248.
- Gronow, Jukka dan Allan Warde, (2001), *Ordinary Consumption*, London.
- Gronroos, Christian, (1994), "From Marketing Mix to Relationship Marketing : Toward a Paradigm Shift in Marketing", *Journal of Management Decision*, vol. 32, no. 2, pp. 4-20.
- Guenzi, Paolo dan Ottavia Pelloni., (2003), Interpersonal Relationship and Customer Loyalty : A Comprehensive Model and Empirical Investigation, *Working Paper*, Istituto di Economia e Gestione delle Imprese, *Universita Commerciale Luigi Bocconi*, Milano, Italy.
- Luarn, Pin dan Hsin-Hui lin, (2003), "A Customer Loyalty Model For E Service Context," *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 4, no. 4, pp. 156-167.
- Morgan, Robert M. dan Shelby D. Hunt, (1994), "The Commitment -Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 20-38.



## PRIVATISASI, PENEGAKAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN KINERJA BUMN

Ilya Avianti  
Universitas Padjadjaran

### Abstract

*Privatization of State Owned Companies (BUMN) represents government efforts in order to improve performance of such companies through ownership and transfer of control to other parties (private sectors). However, this privatization, in fact, has not yet been able to increase profitability and maintain good corporate governance. The efforts to create effectiveness and efficiency of such companies could be done by enhancing public ownership, enforcing corporate governance principles, and empowering role of audit committee and independent director/commissioner.*

**Keywords:** *Privatization, State Owned Companies, Corporate Governance Enforcement and Performance*

### 1. PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu pelaku kegiatan ekonomi dalam perekonomian nasional yang berdasarkan demokrasi ekonomi (Undang-undang RI NO. 19, tentang BUMN, 2003). Oleh karena pengelolaannya berdasarkan demokrasi ekonomi, maka di dalam menjalankan aktivitas perekonomiannya perlu mengikuti mekanisme pasar dan berorientasi ke profit. Munculnya undang-undang BUMN No. 19 Tahun 2003 tersebut, karena peran BUMN dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat belum optimal, pengelolaan dan pengawasannya perlu dilakukan secara profesional dan pengelolaan BUMN perlu menyesuaikan dengan perkembangan perekonomian dan dunia usaha yang semakin pesat, baik secara nasional maupun internasional.

Berdasarkan data *Masterplan* BUMN 2002-2006, total aset dari 145 BUMN pada tahun 2001 sekitar Rp 800 triliun dengan perincian 13 BUMN memiliki pertumbuhan pendapatan lebih dari 18% pertahun (kategori *high sustainabe growth*) dan memberikan kontribusi pendapatan sebesar 34 persen per tahun, 19 BUMN memiliki pertumbuhan 7-18 persen pertahun (kategori *sustainabe growth*) dan memberikan kontribusi pendapatan sebesar 13 persen, dan 103 BUMN memiliki pertumbuhan kurang dari 7 persen, kontribusi pendapatan yang diberikan hanya sebesar 8 persen. Sementara itu kinerja keuangan BUMN pada tahun 1996; 51,7 persen tergolong sehat dan sehat sekali, 27,5 persen tergolong tidak sehat. Pada tahun 1997, keuntungan yang dihasilkan dari modal pemerintah sebesar Rp 462 triliun hanya sebesar Rp11,8 triliun (*Return on invesment/ROI* = 2,55%) dan memiliki ROA sebesar 4%. ROI dan ROA yang rendah menunjukkan bahwa BUMN dalam menggunakan sumber daya ekonomisnya tidak efektif dan tidak efisien (Bastian, 2000).

Upaya pemerintah dalam rangka memperbaiki kinerja BUMN dilakukan antara lain melalui privatisasi BUMN. Tetapi privatisasi BUMN banyak menuai protes dari berbagai kalangan, sehingga timbul pertanyaan apakah privatisasi BUMN dapat mewujudkan penegakan *Good corporate governance* dan meningkatkan kinerja BUMN?

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### 2.1 Privatisasi

Menurut *Ramamurti* pengertian privatisasi dibedakan menjadi dua, pertama, privatisasi secara sempit adalah seluruh aktivitas yang ditujukan untuk mentransfer beberapa atau semua kepemilikan dan/atau kontrol pemerintah atas BUMN ke sektor swasta. Kedua, privatisasi secara luas adalah segala aktivitas pemerintah yang ditujukan untuk meningkatkan peranan swasta dalam perekonomian. Hal ini meliputi kebijakan tentang liberalisasi ekonomi dan perbaikan fungsi institusi swasta serta pasar dalam perekonomian (Firmanzah, 2003; 3). Adapun pengertian privatisasi menurut UU No. 19, Tahun 2003 Tentang BUMN, yaitu bahwa privatisasi adalah penjualan saham persero, baik sebagian maupun seluruhnya kepada pihak lain dalam rangka meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan, memperbesar manfaat bagi negara dan masyarakat, serta memperluas kepemilikan saham oleh masyarakat. Privatisasi merupakan transformasi sistem ekonomi yang terpusat pada negara (*State centered economic system*) menjadi sistem ekonomi pasar bebas (*Free market economic system*). Dengan demikian, privatisasi dalam artikel ini mengacu pada pengertian privatisasi secara sempit dan sasaran privatisasi adalah BUMN persero. Motivasi banyak negara melakukan privatisasi adalah untuk memperbaiki kinerja BUMN akibat status kepemilikan BUMN dan masalah siapa yang bertanggungjawab atas kinerja BUMN tersebut, mengurangi monopoli, membangun mekanisme pasar dalam rangka memacu efisiensi usaha dan meningkatkan penerimaan negara, melalui berbagai cara mengurangi subsidi kepada BUMN dengan harapan dapat meningkatkan kontribusi negara atas dividen dan dalam jangka panjang dapat meningkatkan penerimaan pajak (Tanuhito, 2003).

Privatisasi BUMN menimbulkan pro-kontra di kalangan masyarakat. Berbagai pihak yang kontra beranggapan bahwa privatisasi merupakan sarana untuk menjual aset-aset negara untuk kepentingan kelompok-kelompok tertentu. Di sisi lain berbagai pihak yang pro beranggapan bahwa melalui privatisasi dapat meningkatkan kinerja BUMN. Anggapan bahwa privatisasi dapat meningkatkan kinerja BUMN didasarkan pada pemikiran bahwa melalui privatisasi hambatan birokrasi dapat dikurangi sehingga pengambilan keputusan manajerial dapat dilakukan relatif lebih cepat dan mengarah pada *profitable*, perusahaan lebih mampu merespon pasar dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan bebas, meningkatkan kontribusi BUMN bagi perekonomian secara makro dan memaksimalkan kemakmuran *Stakeholders* (Wiryawan dan Wiryawan, 2003).

Privatisasi dapat dilakukan secara langsung, maupun melalui pasar modal. Privatisasi secara langsung dapat memberi peluang untuk menguasai saham mayoritas dan manajemen BUMN oleh investor. Mekanisme privatisasi melalui pasar modal, berarti publik dapat ikut memiliki saham suatu BUMN dan BUMN tersebut wajib mengikuti peraturan pasar modal. Dalam beberapa kasus privatisasi di beberapa negara, kadang privatisasi ditujukan kepada investor tertentu, misal investor asing, karena alasan dana, teknologi dan kemampuan manajerial. Tetapi hal tersebut dapat menimbulkan tuduhan bahwa pemerintah akan menjual aset nasional kepada pihak asing (Sobel, 1993).

Kompleksitas privatisasi timbul karena privatisasi memiliki makna yang berbeda sesuai dengan prioritas dan konteksnya, privatisasi merupakan penguatan peran swasta dan pengurangan peran pemerintah di bidang perekonomian. Upaya untuk memasukkan semangat dan perilaku bisnis swasta ke dalam perusahaan negara merupakan bagian terpenting dalam privatisasi (Zaroni, 2004) dalam rangka meningkatkan keefektifan dan keefisienan badan usaha tersebut. Istilah privatisasi berkaitan erat dengan konsep *Good corporate governance* yang menjadi salah satu tujuan strategi atas pelaksanaan program privatisasi BUMN. Privatisasi mengarahkan BUMN memasuki persaingan pasar, produk dan membebaskan manajemen dari tekanan langsung pihak-pihak yang memiliki kepentingan tetap terhadap BUMN tersebut (Ramanadham, 1991).

Proses privatisasi perlu dilakukan secara transparan untuk kepentingan akuntabilitas pemerintah kepada negara dan bangsa, dan proses tersebut perlu disosialisasikan dengan intensif agar dipahami

dengan baik oleh para stakeholder bahwa privatisasi dilaksanakan untuk kepentingan bangsa serta merupakan jalan terakhir setelah upaya lain dilakukan (Wiryawan dan Wiryawan, 2003).

## 2.2 Good Corporate Governance.

Issue tentang *Corporate governance* muncul ketika krisis ekonomi melanda negara-negara Asia, khususnya Asia tenggara termasuk Indonesia. Namun demikian *Good corporate governance* merupakan istilah yang muncul dari interaksi di antara manajemen, pemegang saham, dewan direktur dan pihak terkait lainnya, akibat terjadinya inkonsistensi antara "apa" dan apa yang seharusnya" (Tricker, 1991). Hal itu berarti *Good corporate governance* bersifat normatif.

Ada beberapa pengertian tentang *Good corporate governance* (GCG), antara lain:

Menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) ada dua konteks definisi GCG; pertama, merupakan hubungan dan pola perilaku yang berbeda yang berkaitan dengan kewajiban para manajer, pemegang saham, karyawan, kreditur, pelanggan kunci, serta masyarakat, untuk membentuk strategi perusahaan. Konteks tersebut disebut sebagai sisi berperilaku tata kelola perusahaan (*behavioural side of corporate governance*), kedua, tata kelola perusahaan berkaitan dengan seperangkat peraturan tentang kerangka hubungan dan perilaku perusahaan swasta, kemudian membentuk perumusan strategi perusahaan, hal ini dapat berupa hukum perusahaan, peraturan sekuritas dan persyaratan listing, tetapi dapat juga menjadi peraturan yang disusun oleh perusahaan itu sendiri. Hal ini dapat disebut sebagai sisi normatif dari tata kelola perusahaan (*normative side of corporate governance*) (Nestor, 2001).

Menurut *The Indonesian institute for corporate governance* (IICG); suatu proses dan struktur yang diterapkan dalam menjalankan perusahaan dengan tujuan utama meningkatkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* yang lain (FCGI, 2001)

Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-BUMN/2002, Pasal 1, butir a; suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.

*Corporate governance* dapat ditinjau dari proses maupun pengendalian (Syahroza, 2005). *Corporate governance* ditinjau dari sisi proses menyangkut penegakan atas prinsip-prinsipnya yang terdiri atas transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban, dan kewajiban (Menteri BUMN No. KEP-117/M-BUMN/2002). Sementara itu *Corporate governance* dari sisi pengendalian dapat dilihat dari kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, peran komite audit dan komisaris independen (Fama dan Jensen, 1983). Kepemilikan institusional atas saham BUMN, mengakibatkan ada pihak eksternal secara kelembagaan ikut berperan dalam pengambilan keputusan dan pengendalian perusahaan. Sementara itu kepemilikan manajerial yang didasarkan pada *bonus plan* untuk manajer, akan dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajer (*agent*) dengan principal.

Fungsi komite audit dalam membantu dewan komisaris, yaitu meningkatkan kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan pengendalian yang dapat mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan dan meningkatkan fungsi audit internal maupun audit eksternal, dan mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian dewan komisaris (Herwidayatmo, 2002). Jumlah komite audit sekurang-kurangnya 3 orang dan salah satunya dari komisaris independen dan merangkap sebagai ketua. Sementara itu komisaris independen berfungsi menyelaraskan kepentingan para pemegang saham dalam rangka melindungi hak-hak pemegang saham minoritas. Ketentuan peraturan BEJ mengharuskan perusahaan yang terdaftar di BEJ memiliki jumlah komisaris independen yang jumlahnya proporsional dengan jumlah saham yang dimiliki oleh bukan pemegang

saham pengendali atau minimal 30%. Sementara itu menurut ketentuan Menteri BUMN paling sedikit 20% anggota komisaris berasal dari kalangan di luar BUMN dan bagi BUMN persero diupayakan agar pendapat pemegang saham minoritas diperhatikan sebagai wujud perlindungan terhadap kepentingan pemegang saham minoritas dan *stakeholders*.

Penegakan prinsip-prinsip *corporate governance* yang didukung oleh mekanisme *corporate governance* menanggulangi terjadinya informasi yang tidak simetris. Berarti penegakan *Good corporate governance* dapat membantu BUMN yang diprivatisasi menyajikan informasi akuntansi sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya terjadi. Sehingga informasi akuntansi tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan bisnis bagi berbagai pihak yang terkait.

### **2.3. Kinerja Keuangan BUMN**

Kinerja keuangan merupakan hasil (*outcome*) yang diperoleh dari suatu aktivitas usaha. Untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan baik atau buruk, perlu dilakukan pengukuran terhadap kinerja keuangan tersebut. Kinerja keuangan secara umum mengukur keefektifan dan keefisienan (Horngren, Foster dan Datar, 2000). Demikian pula menurut Hitt (1995) bahwa nilai utama yang akan dihasilkan dari evaluasi terhadap kinerja keuangan perusahaan adalah efektif dan efisien. Pengukuran kinerja keuangan menyediakan indikator-indikator untuk mengetahui bagaimana menjalankan suatu organisasi secara baik (Jusoh, 2000).

Indikator yang digunakan untuk menilai kinerja BUMN adalah Kep.Men BUMN No. Kep-100/MBU/2002, yaitu keputusan Menteri BUMN untuk menilai tingkat kesehatan BUMN, yang digolongkan menjadi sehat (A s/d AAA), kurang Sehat (B s/d BBB) dan tidak sehat (C s/d CCC). Pengukuran tingkat kesehatan BUMN mencakup aspek keuangan, aspek operasional dan aspek administrasi. Aspek keuangan terlebih dahulu diukur dengan rasio keuangan. Jika dikaitkan dengan *Corporate governance*, maka *Corporate governance* merupakan penggerak kinerja (*performance driven*) (Millstein, Albert dan Cadbury *et al.*, 1998; Keasey, Thompson dan Wright, 1997; 5). Berarti penegakan *Corporate Governance* dapat mendorong kinerja perusahaan.

## **3. PEMBAHASAN**

### **3.1 Apakah Privatisasi BUMN Dapat Mewujudkan Penegakan Good Corporate Governance?**

Mayoritas BUMN termasuk kategori *Low growth* dengan pertumbuhan pendapatan kurang dari 7% per tahun dan hanya memberi kontribusi pendapatan 8 persen, sementara itu angsuran hutang negara beserta bunga angsuran yang relatif besar, belanja rutin dan pembangunan yang memerlukan dana relatif besar, mengakibatkan perlunya privatisasi BUMN.

Tujuan Privatisasi BUMN sebagaimana dalam undang-undang No.19, 2003 untuk meningkatkan kinerja dan nilai tambah perusahaan, serta meningkatkan peran serta masyarakat dalam pemilikan saham persero. Privatisasi BUMN dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban dan kewajiban (UU No. 19, Pasal 75, 2003). Dengan demikian privatisasi BUMN seharusnya dapat mewujudkan penegakan tata kelola perusahaan yang baik.

Kenyataan yang ada bahwa kemandirian BUMN masih relatif sulit diwujudkan, kekuasaan-kekuasaan tertentu masih mewarnai pengambilan keputusan BUMN yang diprivatisasi, dibandingkan dengan keputusan ekonomis yang *profitable*. Dengan demikian secara umum BUMN yang diprivatisasi belum dapat mewujudkan prinsip kemandirian. Secara substansi, BUMN yang diprivatisasi belum menyentuh struktur dan mekanisme *Good governance* (Akhmad Syakhroza, 2005), sehingga efisiensi, profesionalisme dan berdaya saing, belum dapat diwujudkan.

Struktur *governance* terkait dengan struktur organ perseroan terbatas di Indonesia mengacu pada Undang-undang perseroan terbatas Tahun 1995 pasal 80, ayat 1 dan pasal 91 ayat 1; yaitu bahwa

anggota direksi diangkat dan diberhentikan oleh RUPS, demikian pula dengan komisaris diangkat dan diberhentikan oleh RUPS sebagaimana pasal 95 ayat 1 dan 101 ayat 1. Dengan demikian baik dewan direksi maupun dewan komisaris bertanggungjawab secara langsung kepada RUPS. Jika dibandingkan dengan struktur organ perseroan terbatas menurut model *continental* (*Two-tier board*) dan model *anglo-saxon* (*One-tier board*), maka peran dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengendalian, tidak sekuat sebagaimana model *Anglo-saxon* dan *Continental*.

BUMN yang diprivatisasi adalah yang berbentuk perseoran terbatas. Jika struktur organ perseroan terbatas tersebut mengacu pada UU No.1 tahun 1995, maka dewan komisaris pada BUMN yang diprivatisasi tersebut tidak memiliki peran pengendalian sekuat model *continental* maupun *anglo-saxon*.

Maksud dilakukannya privatisasi BUMN antara lain untuk memperluas kepemilikan masyarakat atas persero dan menciptakan struktur keuangan yang kuat/baik (UU BUMN No 19, pasal 74, 2003). Struktur keuangan yang kuat dapat pula ditinjau dari struktur kepemilikan, proporsi kepemilikan yang lebih besar dari proporsi hutang, akan mengakibatkan rasio hutang atas ekuitas (*Debt to equity ratio*) menjadi relatif rendah. Perusahaan yang memiliki rasio hutang atas ekuitas relatif rendah, struktur permodalannya relatif baik. Adapun perluasan kepemilikan masyarakat, merupakan strategi pendanaan tidak melalui hutang, tetapi melalui transfer kepemilikan kepada masyarakat. Transfer kepemilikan tersebut akan mengurangi dominasi kepemilikan pemerintah, akibat adanya kepemilikan masyarakat ada pengendali perusahaan selain pemerintah dan manajemen BUMN, sehingga diharapkan privatisasi BUMN dapat menciptakan efisiensi dan berdaya saing. Namun demikian, realita yang ada bahwa kepemilikan publik terhadap privatisasi BUMN di pasar modal masih relatif sedikit dengan rata-rata kepemilikan publik 23,96 persen. Hal tersebut dapat ditunjukkan oleh tabel.1 di bawah.

**Tabel.1.**  
**Komposisi Kepemilikan**

No	Nama BUMN	Kepemilikan			
		Pemerintah	Publik	Lain-lain	
1.	PT. Semen Gersik Tbk	51.01%	23.46%	25.53%	Cemex
2.	PT. Indosat Tbk	65.00%	35.00%		
3.	PT. Timah Tbk	65.00%	35.00%		
4.	PT. Telkom Tbk	54.29%	11.05%	34.66%	Asing
5.	PT. Aneka Tambang Tbk	65.00%	35.00%		
6.	PT. Indofarma	80.73%	19.27%		
7.	PT. Kimia Farma	90.03%	9.00%	0.07%	Karyawan
	Rata-Rata	67,29%	23.96%		

Sumber: Capital Market Directory, 2002

Struktur kepemilikan akan terkait dengan mekanisme *Corporate governance*. Struktur kepemilikan dapat berupa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Peningkatan kepemilikan institusional dapat mengimbangi kebutuhan terhadap hutang dan kepemilikan manajerial untuk mengurangi biaya keagenan (Bathala et al., 1994). Penelitian Ugurlu (2000) membuktikan bahwa hubungan antara mekanisme pengendalian digunakan untuk menyelaraskan kepentingan manajer

dengan pemegang saham. Sementara itu hasil penelitian Fama dan Jensen (1983) Menunjukkan bahwa mekanisme tata kelola perusahaan menekankan dari aspek pengendalian (1983).

Mekanisme tata kelola diarahkan untuk menjamin dan mengawasi pelaksanaan sistem tata kelola dalam suatu perusahaan. Mekanisme tata kelola perusahaan terdiri atas mekanisme internal meliputi kepemilikan manajerial, struktur dewan direksi, kompensasi eksekutif, dan mekanisme eksternal meliputi mekanisme pasar, kepemilikan institusional dan pinjaman dari *debtholder*. Untuk menjelaskan mekanisme *corporate governance* yang berperan dalam pengendalian perusahaan sebagaimana penelitian Fama dan Jensen, maka mekanisme tersebut dalam artikel ini meliputi struktur kepemilikan, struktur dewan komisaris dan komite audit.

Disamping sebagai pengimbang kebutuhan akan hutang, kepemilikan institusional dapat pula berperan dalam pengambilan keputusan bisnis dan dalam pengendalian perusahaan. Namun demikian, kepemilikan institusional dapat menjadi sasaran empuk untuk menuai protes terhadap BUMN yang diprivatisasi, karena dapat saja menimbulkan dugaan sebagai saran penjualan aset negara kepada pihak-pihak tertentu. Untuk mengatasi hal tersebut UU No 19 tahun 2003 telah memberikan rambu-rambu pada pasal 76 butir 1 (a) dan (b), yaitu bahwa kriteria BUMN yang diprivatisasi, merupakan industri atau sektor usaha yang kompetitif dan yang unsur teknologinya cepat berubah. Adapun pasal 77 menjelaskan BUMN yang tidak dapat diprivatisasi, yaitu pesero yang hanya boleh dikelola oleh BUMN, sektor usahanya berkaitan dengan pertahanan dan keamanan, bergerak di bidang tertentu yang khusus untuk melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan yang bergerak di bidang sumber daya alam.

Kepemilikan manajerial menurut Ugurlu untuk menselaraskan kepentingan manajemen dan pemilik, sehingga dapat meminimalkan biaya keagenan. Adapun komite audit sebagai salah satu unsur mekanisme *corporate governance* berperan meningkatkan kualitas laporan keuangan, mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan, meningkatkan fungsi audit internal maupun audit eksternal, dan mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan perhatian dewan komisaris. Jika peran komite audit dikaitkan dengan Keputusan Menteri BUMN No.103/MBU/2002, pasal 4, yaitu bahwa komposisi keanggotaan komite audit terdiri atas (a) satu orang anggota komisaris, (b) dua orang dari luar BUMN yang bertindak sebagai ketua adalah anggota komisaris sebagaimana butir (a) tersebut. Jika keanggotaan komite audit dikaitkan dengan UU No.19, 2003, pasal 74 butir 1(a); maksud pelaksanaan privatisasi untuk memperluas kepemilikan masyarakat atas persero. Seharusnya unsur dan ketua komite audit berasal dari komisaris independen dan jumlah komisaris independen harus proporsional dengan kepemilikan masyarakat atau publik. Demikian pula jumlah komisaris independen minimal 30 % dari anggota komisari sebagaimana peraturan pasar modal Indonesia. Keanggotaan komite audit sebagaimana Kep. Men 103/2003, akan menghambat penegakan salah satu prinsip-prinsip *corporate governance*, yaitu keadilan (*Fairness*). Dengan kondisi yang demikian, maka privatisasi BUMN belum mampu mewujudkan penegakan *Good corporate Governance*.

### **3.2 Apakah Privatisasi BUMN Dapat Meningkatkan Kinerja Keuangan?**

Privatisasi BUMN, secara umum belum mampu *Good corporate governance*. Sementara itu sebagaimana dalam kajian teori disebutkan bahwa *Corporate governance* merupakan penggerak kinerja. Ternyata bahwa BUMN yang diprivatisasi di pasar modal, memiliki rata-rata kemampulabaan yang relatif rendah, kecuali PT Telkom, Tbk. Kemampulabaan BUMN yang diprivatisasi sebagaimana Tabel 2 di bawah.

**Tabel 2**  
**Kemampulabaan BUMN yang diprivatisasi di Pasar Modal**

No	Nama BUMN	ROE (%)	ROI (%)
1.	PT. Semen Gersik Tbk	8,22	3,87
2.	PT. Indosat Tbk	3,17	1,53
3.	PT. Timah Tbk	0,76	0,58
4.	PT. Telkom Tbk	52,49	19,72
5.	PT. Aneka Tambang Tbk	10,42	8,12
6.	PT. Indofarma	-15,32	-7,39
7.	PT. Kimia Farma	5,23	3,41
	Rata-Rata	9,28	4,26

Sumber: Capital Market Directory, 2002

Kemampulabaan BUMN yang diprivatisasi diukur dengan pendekatan rasio laba atas ekuitas (*Return on equity/ROE*) dan rasio laba atas investasi (*Return on investmen/ROI*) sebagaimana Tabel 2. Tetapi jika merujuk pada Keputusan Menteri BUMN No:Kep-100/MBU/2002, tingkat kesehatan BUMN ditinjau dari aspek keuangan, aspek operasional dan aspek administrasi. Peringkat kesehatan meliputi sehat (A - AAA), kurang sehat (B - BBB) dan tidak sehat (C - CCC). Jika tingkat kesehatan BUMN yang mencerminkan kinerja, hanya dilihat dari ROE dan ROI dan dikaitkan dengan Kepmen tersebut, maka Skor ROE yang memenuhi kriteria sehat atau berkinerja baik berkisar antara 8 sampai dengan 15 persen, sementara itu untuk ROI berkisar berkisar antara 10 sampai dengan 18 persen. Rata-rata ROE masih memenuhi kriteria sehat, namun demikian terpenuhinya kriteria sehat tersebut akibat salah satu BUMN yang diprivatisasi (lihat Tabel 2) memiliki ROE yang relatif tinggi, jadi sebenarnya ROE BUMN yang diprivatisasi secara umum relatif kurang baik, demikian pula dengan ROInya.

Kinerja keuangan secara umum mengukur keefektifan dan keefisienan pengelolaan suatu badan usaha (Horngren, Foster dan Datar, 2000 dan Hitt, 1995). Skor ROE dan ROI BUMN yang diprivatisasi di pasar modal di bawah rata-rata industri, berarti BUMN tersebut belum efektif dan efisien, sehingga privatisasi BUMN belum mampu meningkatkan kinerjanya.

#### 4. SIMPULAN

Privatisasi BUMN dapat diartikan sebagai transfer kepemilikan atau pengendalian pemerintah ke sektor swasta. Ada beberapa hal yang mendorong dilakukannya privatisasi, yaitu untuk memperbaiki kinerja BUMN akibat status kepemilikan BUMN dan masalah siapa yang bertanggungjawab atas kinerja BUMN tersebut, membangun mekanisme pasar dalam rangka memacu efisiensi usaha dan meningkatkan penerimaan negara, melalui berbagai cara mengurangi subsidi kepada BUMN dengan harapan dapat meningkatkan kontribusi negara atas dividen dan dalam jangka panjang dapat meningkatkan penerimaan pajak.

Tujuan privatisasi BUMN sebagaimana Undang-undang No. 19, 2003 untuk meningkatkan kinerja dan nilai tambah perusahaan, serta meningkatkan peran serta masyarakat dalam pemilikan saham persero. Namun demikian, dalam kenyataannya privatisasi BUMN secara rata-rata belum mampu mewujudkan pengelolaan badan usaha secara efektif dan efisien dan kepemilikan publikpun masih relatif rendah. Dominasi kepemilikan pemerintah pada BUMN persero dapat mengganggu penegakan prinsip-prinsip *Good corporate governance* dan dominasi kepemilik pemerintah dapat mengakibatkan



pengambilan keputusan bisnis tidak *profitable*. Upaya yang perlu dilakukan dalam rangka mewujudkan tujuan privatisasi terkait dengan kinerja BUMN antara lain adalah menegakan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, dan memberdayakan peran komite audit dan komisaris independen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Syahroza, A., (2005), *Corporate Governance: Sejarah dan Perkembangan, Teori, Model dan Sistem Governance serta Aplikasinya pada Perusahaan BUMN*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Bathala T. C., Moon K. P., Rao R. P., (1994), "Managerial Ownership, Debt Policy and The Impact of Institutional Holdings: An Agency Perspective", *Journal of Financial Management Association*, Vol. 23 No.3.
- Fama, E. F., Jensen, Michael C., (1983), "Agency Problems and Residual Claims", *The Journal of Law and Economic*, 26 (2).
- Firmanzah, (2003), "Perubahan Organisasi dalam Post-privatisasi", *Usahawan*, No.5 Th XXXII,
- Herwidayatmo, (2002), "Implementasi *Good Corporate Governance* untuk Perusahaan Publik Indonesia", *The Essence of Good Corporate Governance, Konsep dan Implementasi Perusahaan Publik dan Korporasi Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pendidikan Pasar Modal Indonesia & Sinergy Communication.
- Hinuri, H., (2002), *The Essence of Good Corporate Governance*, Jakarta: Yayasan Pendidikan Pasar Modal Indonesia & Sinergy Communication.
- Horngren, Charles T, Srikant M. Datar, George Foster, (2003). *Cost Accounting; Amanagerial Emphasisi*, New Jersey: Pearson Education International.
- Hitt, William.D, (1995), "The Learning Organization: Some Reflections on Organizational Renewal", *Leadership and Organization Development Journal*, Vol.16 (8).
- Bastian, I., (2000), *Privatisasi di Indonesia: Teori dan Implementasi*, Pusat Pengembangan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Jakarta: Salemba Empat.
- Tanuhito, J., (2003), "Privatisasi Bank Harus Didukung Serentetan Komitmen", *Bisnis indonesia*, 17 September.
- Ruzita, J., (2000), "Performance Measurement in Manufacturing Sectors", *The Malaysian Accountant*.
- Keasey, Kevin, Steve Thompson, dan Mike Wright, (1997), Introduction: The Corporate governance Problem-Competing Diagnoses and Solutions, *Corporate Governance: Economic and Financial Issues*, New York: Oxford University Press.



Menteri BUMN, Keputusan Menteri BUMN Nomor: KEP-100/MBU/2002, Tentang *Penilaian Tingkat Kesehatan Badan Usaha Milik Negara*.

Menteri BUMN, Keputusan Menteri BUMN Nomor: KEP-103/MBU/2002, Tentang *Pembentukan Komite Audit bagi BUMN*.

Milstein, Ira M, Michel Albert, Sir Adrian Cadbury, Robert E. Denham, Dieter Feddersen dan Nobouo Tateisi, (1998), *Corporate Governance; Improving Competitiveness and Access to Capital in Global Markets*, Report to The OECD by Business Sector Advisory Group on Corporate Governance, France.

Wiryawan, N.J., dan Wiryawan, Z.Z., (2003), "Program Privatisasi di Indonesia Dilihat dari Pengalaman Privatisasi di Beberapa Negara Lain", *Usahawan*, No.3 Th XXXII.

Presiden Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995, Tentang *Perseroan Terbatas*

Presiden Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003, Tentang *Badan Usaha Milik Negara*.

Ramanadham, V.V, (1993), *Privatization: A Global Perspective*, London, UK: Routledge,

Sobel, V, (1993), *Privatization in Central and Eastern Europe*, In *European Trends*.

Tricker, (1994), *International Corporate Governance*, New Jersey: Prentice Hall, Inc,

Ugurlu, M., (2000), "Agency Cost and Corporate Control Device in The Turkish Manufacturing Industry", *Journal of Economic Study*, Vol. 27, No.6.

Zaroni, (2004), "Pengaruh Kepemilikan Pemerintah, Kepemilikan Asing, Pergantian CEO terhadap Kinerja Keuangan BUMN Sesudah diprivatisasi", *Simposium Nasional Akuntansi*.

Zhuang, Juzhong, David Edwards dan Ma.Virginia A. Capulong, (2001), "Corporate Governance and Finance in East Asia", *A Study of Indonesia, Republic of Korea, Malaysia, Philippine, and Thailand*, Volume Two, Country Studies; Asian Development Bank,

Para bintang AFI dipandang mampu mempengaruhi *audience* mereka untuk meniru perilaku belanja terutama dalam pemilihan merek produk yang dikonsumsi. Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa sangat penting bagi pemasar produk remaja untuk mengetahui secara lebih terukur, apakah asumsi mereka selama ini benar, terutama asumsi penggunaan bintang AFI sebagai model iklan untuk mendorong penjualan produk mereka.

Oleh karena itu dipandang penting untuk mengetahui jawaban atas beberapa pertanyaan yang muncul seputar penggunaan bintang AFI sebagai model iklan. Berikut rumusan permasalahan yang akan dijawab dalam riset ini, adalah bagaimana pengaruh penggunaan bintang AFI sebagai model iklan terhadap perilaku pembelian remaja terkait dengan niat beli mereka dan pemberian rekomendasi pada orang lain untuk mengonsumsi produk yang dibintangi oleh bintang AFI. Lebih jauh juga akan dianalisis apakah ada perbedaan perilaku pembelian produk yang dibintangi oleh bintang AFI antara kelompok pria dengan kelompok wanita.

## 2.1. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1. Periklanan dan Tujuan Iklan

Saat ini banyak perusahaan yang mengandalkan usaha brand awareness produknya melalui usaha-usaha periklanan. Baik itu di media cetak, media luar ruang, media audio maupun di media audio visual. Tidak dipungkiri lagi bahwa iklan merupakan salah satu cara yang cukup ampuh untuk mempengaruhi konsumen mengubah persepsi mereka terhadap suatu produk maupun merek tertentu.

Sebagai salah satu alat dalam bauran promosi, iklan didefinisikan sebagai pesan yang didanai oleh suatu sponsor yang teridentifikasi dan pesan tersebut dikirimkan melalui media komunikasi massa (Russel dan Lane, 1996). Senada dengan definisi terdahulu, Kotler (2003: 590) mendefinisikan iklan sebagai suatu bentuk presentasi non personal dan promosi suatu gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh sponsor yang teridentifikasi. Tentu saja presentasi non personal di sini terjadi karena iklan melibatkan media massa yang dapat menyampaikan pesan kepada segmen pasar yang dituju. Iklan bukanlah suatu alat promosi yang memungkinkan munculnya komunikasi dua arah yaitu dari pemasar ke pasar yang dituju maupun sebaliknya. Hal inilah yang menjelaskan pernyataan non personal dalam definisi iklan. Konsekuensi dari komunikasi satu arah ini adalah pemasar tidak mungkin mendapatkan atau bahkan mengetahui respon pasar sasaran secara langsung.

Menurut Guiltinan (1997), iklan akan dapat digunakan untuk mencapai paling tidak salah satu dari efek berikut: tahap kognitif yang mengindikasikan bahwa pesan telah diterima; tahap afektif yang mengindikasikan perkembangan sikap (suka atau tidak suka) terhadap produk atau perusahaan; dan tahap perilaku yaitu respon aktual yang dilakukan oleh *audience* sasaran. Setiap program komunikasi mempunyai karakteristik yang unik sehingga pemasar harus mempertimbangkannya agar sesuai dengan harapan yang ingin diraih dari program komunikasi tersebut.

Bendixen (1993) mengemukakan beberapa tujuan iklan yang biasanya diterapkan oleh para pemasar, yaitu menciptakan kesadaran akan produk atau merek baru, menginformasikan kepada konsumen tentang fitur dan manfaat dari suatu produk atau merek, menciptakan suatu persepsi akan suatu produk maupun merek, menciptakan preferensi akan suatu produk atau merek, dan membujuk konsumen untuk membeli suatu produk atau merek tertentu. Sedangkan menurut Guiltinan (1994) tujuan iklan adalah menciptakan kesadaran, mengingatkan konsumen untuk menggunakan produk, mengubah perilaku tentang penggunaan suatu bentuk produk, mengubah persepsi tentang pentingnya suatu atribut produk, mengubah keyakinan tentang merek, penguatan perilaku, penciptaan citra perusahaan dan lini produk dan usaha untuk mendapat respon secara langsung.

Secara umum, bila dikompilasikan maka tujuan-tujuan iklan bisa disarikan menjadi tiga hal dasar yaitu menginformasikan, mengingatkan dan membujuk seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2004).

**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN REMAJA:  
Kasus Bintang Akademi Fantasi Indosiar**

W Mahestu Noviandra K  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

**Abstract**

*This research analyzed the influences of Bintang AFI as advertising models on intention to buy and buying recommendation. There are three independent variables, attractiveness, trustworthiness, and expertise. From the research, it is found that those three independent variables influence buying recommendation significantly. However, only one variable, it is the trustworthiness, that influences intention to buy.*

**Keywords:** *intention to buy, buying recommendation, advertising model, teenagers*

**1. PENDAHULUAN**

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah remaja Indonesia saat ini kurang lebih mencapai 23 persen dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 267 juta jiwa. Sebanyak 60 juta jiwa tersebut, merupakan pasar potensial yang layak dicermati oleh para pemasar, terutama para pemasar produk remaja. Remaja merupakan pasar yang potensial di hampir semua negara bagi banyak lini produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Remaja lebih peduli pada trend yang sedang berkembang di pasar dibandingkan kelompok usia yang lain. Mereka tidak saja berperan menjadi *trendsetter* bagi orang-orang yang sebaya, melainkan juga mampu menjadi *trendsetter* bagi populasi secara umum (Martin dan Bush, 2000).

Para remaja juga mempunyai tingkat konsumsi yang sangat tinggi, sangat mudah melakukan pembelian bahkan untuk produk-produk yang kurang dibutuhkan atau bahkan tidak dibutuhkan. Perilaku mudah belanja pada kelompok usia ini dilatarbelakangi ketersediaan sumber daya finansial dari orang tua mereka. Selain itu pada usia ini, remaja belum mempunyai penghasilan sendiri, sehingga penghargaan mereka tentang uang pun belum terbentuk dengan baik. Lebih jauh lagi, remaja cenderung loyal pada kelompok mereka dan mengikuti perilaku kelompok tersebut, yang dalam pemasaran disebut sebagai kelompok referensi. Perilaku konsumsi remaja ini dipandang sebagai peluang bisnis yang sangat besar dan tidak akan pernah mati oleh banyak pemasar.

Pada saat ini kaum remaja di Indonesia seakan sedang terbius oleh fenomena Akademi Fantasi Indosiar (AFI). Konser-konser AFI sepertinya tidak pernah sepi pengunjung. Bahkan terlihat dalam konser-konser AFI, muncul fanatisme dan devosi yang berlebihan pada salah satu bintang AFI yang diidolakan. Tiba-tiba saja terjadi pergerseran tokoh idola dalam kelompok pasar ini. Para penyanyi yang sudah mempunyai nama besar di dunia musik Indonesia seakan tidak lagi masuk *dalam top of mind* remaja, yang lebih mereka kenal adalah Veri AFI, Mawar AFI dan Kia AFI.

Fenomena AFI ternyata tidak hanya disambut di kalangan remaja saja. Para pemasar, terutama pemasar produk untuk remaja, sepertinya tidak mau kalah memanfaatkan momentum ini. Mereka berlomba-lomba menggunakan para bintang AFI ini sebagai model iklan mereka.

Karena ada beberapa tujuan iklan yang bisa dipertimbangkan oleh pemasar, maka sebelum desain suatu iklan dibuat, pemasar harus cukup jeli untuk melihat dua hal penting yaitu tujuan pembuatan iklan dan profil pasar yang ingin disasar.

## **2.2. Media Iklan dan Kelompok Referensi**

Dalam melakukan pemilihan media iklan, pemasar harus memahami kemampuan media-media iklan dalam mengantarkan pesan ke khalayak yang dituju, frekuensi dan pengaruhnya terhadap tujuan pemasangan iklan. Bagaimanapun juga selain mempunyai keunggulan, setiap media iklan mempunyai kelemahan baik dari sisi biaya, jangkauan, dan sebagainya yang akan mempengaruhi keberhasilan pemasangan iklan.

Berikut disampaikan beberapa keunggulan dan kelemahan media iklan yang ada di pasar (Kotler 2003):

**Koran**, media koran lebih fleksibel, relatif lebih dipercaya oleh khalayak dan mempunyai jangkauan pasar lokal yang cukup baik. Namun kelemahan dari media ini adalah masa hidupnya yang sangat pendek dan kualitas produk/ kertas yang kurang baik (paling tidak jika dibandingkan majalah).

**Televisi**, media ini cukup menarik karena menggabungkan tayangan, suara dan gerakan sehingga bagi konsumen media ini sangat menarik. Selain itu konsumen cenderung memberikan perhatian yang cukup tinggi pada tayangan televisi. Lebih jauh lagi, jangkauan tayangan televisi cukup luas. Kelemahannya adalah pemasar harus mengeluarkan biaya iklan yang cukup tinggi.

**Radio**, media ini mempunyai jangkauan geografis dan demografis yang cukup terseleksi sehingga memudahkan pemasar untuk menysasar segmen yang dituju. Dari sisi biaya iklan, media ini menawarkan biaya yang tidak terlalu tinggi. Namun demikian radio dipandang kurang menarik sebagai suatu media iklan karena hanya mengandalkan sisi audio saja sehingga perhatian pendengar radio lebih rendah dibandingkan perhatian penonton televisi.

**Majalah**, media ini juga mempunyai karakteristik jangkauan geografis dan demografis yang sangat selektif. Selain itu juga mempunyai kredibilitas yang cukup baik dan menawarkan citra yang baik juga. Kualitas cetakan majalah jauh lebih baik dibandingkan koran sehingga iklan yang dipasang di majalahpun akan terlihat lebih menarik. Dengan karakteristik terbit mingguan, 2 mingguan atau bulan bahkan 2-3 bulanan, menyebabkan waktu tunggu dan dead line majalah cukup lama. Hal ini tentu akan menimbulkan masalah tersendiri bagi pemasar yang ingin mengiklankan produk atau perusahaannya segera.

**Media luar ruang**, media ini menawarkan fleksibilitas, biaya yang murah, rendahnya tingkat persaingan dan yang sangat penting adalah pengulangan paparan pesan yang sangat tinggi. Namun demikian karena keterbatasan luasan ruang iklan dan keterbatasan kemampuan orang dalam menyerap pesan secara cepat mengakibatkan munculnya keterbatasan kreativitas dalam pembuatan iklan luar ruang.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor budaya, sosial, personal, dan faktor psikologis. Beberapa dari faktor tersebut tidak bisa dikendalikan oleh pemasar. Dalam riset ini faktor sosial yang akan banyak dibahas mengingat salah satu variabel dalam faktor sosial yaitu kelompok referensi merupakan salah satu inti dalam riset ini.

Berdasarkan faktor sosial, perilaku pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh kelompok, keluarga dan juga peran atau status. Kelompok yang dimaksud di sini adalah dua atau lebih orang yang berinteraksi untuk mencapai baik tujuan individu maupun bersama (Kotler, 2004).

Pada umumnya kelompok mempunyai pengaruh secara langsung pada orang-orang yang disebut sebagai anggota kelompok tersebut. Namun demikian, ada juga dalam faktor sosial yang disebut sebagai kelompok referensi.

Kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi atau dalam berperilaku

(Schiffman dan Kanuk, 2000). Kelompok referensi ini mampu mempengaruhi perilaku seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Peluang ini diambil oleh para pemasar dalam mempersuasi konsumen untuk berperilaku seperti yang diharapkan oleh pemasar. Para pemasar tersebut berusaha untuk mengidentifikasi kelompok referensi dari pasar sasaran mereka. Langkah berikutnya adalah seseorang atau sekelompok orang yang masuk dan kelompok referensi tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk berperilaku, mengubah gaya hidup, mengubah konsep diri dan menciptakan dorongan bagi konsumen untuk memilih produk atau mereka yang mereka tawarkan.

Untuk dapat mempengaruhi pasar sasaran, kelompok referensi harus mampu (Schiffman dan Kanuk, 2000) menyediakan informasi yang jelas pada konsumen mengenai keberadaan produk atau merek tertentu; memberikan peluang pada konsumen untuk melakukan komparasi; mempengaruhi konsumen untuk bersiap dan berperilaku yang konsisten dengan norma-norma dalam kelompok; dan melegitimasi keputusan individu untuk menggunakan produk yang sama dengan kelompok referensi.

### 2.3. Kredibilitas dan Daya Tarik Selebritis

Pada umumnya yang dimaksud dengan selebritis adalah bintang film, bintang TV dan atlit yang daya tarik bagi sekelompok segmen tertentu. Selebritis mewakili suatu gaya hidup yang ideal dimana sebagian orang atau paling tidak penggemar dan pengikutnya ingin meniru gaya hidup tersebut. Melihat adanya perilaku pasar yang ingin meniru gaya hidup selebritis, pemasar rela mengeluarkan sejumlah uang yang tidak sedikit untuk menggunakan selebritis dalam mempromosikan produk atau merek mereka. Harapan pemasar adalah pasar sasaran akan melihat, mendengar atau membaca dan kemudian bereaksi positif dengan mengasosiasikan produk atau merek tersebut dengan selebritis yang mempromosikannya.

Schiffman dan Kanuk (2000) lebih jauh menjelaskan mengapa selebritis banyak digunakan sebagai model iklan. Berikut adalah peran selebritis sebagai model iklan yang bisa dipilih oleh pemasar: *Testimonial*, jika secara personal selebritis menggunakan produk tersebut maka pihak dia bisa memberikan kesaksian tentang kualitas maupun benefit dari produk atau merek yang diiklankan tersebut; *Endorsement*, ada kalanya selebritis diminta untuk membintangi iklan produk dimana dia secara pribadi tidak ahli dalam bidang tersebut; *Actor*, selebritis diminta untuk mempromosikan suatu produk atau merek tertentu terkait dengan peran yang sedang dia bintangi dalam suatu program tayangan tertentu; dan *Spokeperson*, selebritis yang mempromosikan produk, merek atau suatu perusahaan dalam kurun waktu tertentu masuk dalam kelompok peran *spokesperson*. Penampilan mereka akan diasosiasikan dengan merek atau produk yang mereka wakili.

Selebritis yang digunakan sebagai model iklan sebaiknya mempunyai kredibilitas sehingga konsumen sebagai penerima pesan iklan meyakini bahwa mereka mempunyai pengetahuan dan/atau pengalaman sehingga pesan yang mereka sampaikan tidak bias (O'Mahony dan Meenaghan, 1998). Penjelasan tersebut mengarah pada dua variabel yaitu keahlian (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*). Keahlian mengacu pada kemampuan yang dipersepsikan mengenai informasi yang disampaikan oleh sumber pesan valid. Untuk menunjang itu, maka selebritis yang digunakan adalah mereka yang mempunyai keahlian, pengetahuan dan pengalaman yang terkait dengan produk atau merek yang mereka wakili.

Sedangkan kepercayaan lebih mengacu pada keyakinan penerima pesan bahwa sumber pesan akan memberikan informasi yang valid. Dalam beberapa riset diketahui bahwa selebritis dipersepsikan lebih bisa dipercaya dibandingkan non selebritis secara signifikan.

Diyakini bahwa daya tarik fisik seorang selebritis akan mempengaruhi penerimaan pesan oleh khalayak. Namun demikian riset yang dilakukan oleh Bower dan Landreth (2001) menemukan bahwa daya tarik model tidak akan meningkatkan efektivitas iklan sebagaimana terjadi dengan kecocokan antara model dengan produk, dan persepsi mengenai keahlian model terkait dengan produk yang

diwakili. Dua variabel dalam daya tarik model ini adalah kesukaan (*likability*) pada model iklan dan kemiripan (*similarity*) dengan model iklan.

## **2.4. Remaja**

Salah satu perilaku yang paling sulit dipahami dari remaja adalah gaya hidupnya. Hal ini dipicu oleh perubahan dan perkembangan yang ada dalam dirinya, seperti misalnya: perkembangan kognitif yaitu semakin mampu memahami konsep-konsep secara abstrak; perkembangan moral yaitu bukan sekedar memahami hal yang baik dan yang buruk, melainkan sudah sampai tahap pengembangan rasa keadilan. Proses perkembangan tersebut kadang-kadang menimbulkan kesulitan bagi remaja untuk memahami dirinya sendiri. Di satu sisi, dia mempunyai keinginan untuk menunjukkan eksistensinya tapi di sisi lain dia masih harus tergantung kepada orang tuanya secara finansial. Remaja cenderung tidak punya pegangan dan loyalitas yang tinggi pada kelompok. Demikian pula perkembangan emosi kaum remaja yang ingin menunjukkan eksistensinya dengan cara menjadi sosok yang berbeda dengan orang kebanyakan.

Ada beberapa alasan yang mendorong perusahaan menyasar segmen remaja sebagai salah satu segmen potensial mereka (Palupi, 2000) yaitu remaja merupakan konsumen langsung, walaupun daya beli mereka rendah, tetapi secara keseluruhan jumlah remaja dikalikan berapa pun uang saku mereka akan menghasilkan angka yang tidak sedikit; remaja merupakan influencer yang hebat dalam beberapa industri. Pembelian dalam keluarga umumnya dipengaruhi oleh remaja; remaja adalah konsumen masa depan, jika perusahaan membutuhkan konsumen loyal, maka sebaiknya sejak awal mereka sudah bersahabat dengan segmen ini.

Martin dan Bush (2000) juga memberikan pendapat yang tidak berbeda jauh, untuk menjelaskan alasan penting segmen remaja bagi perusahaan yaitu remaja akan mempengaruhi pola belanja orang tua mereka, remaja akan membelanjakan banyak uang di masa yang akan datang, dan remaja adalah pencipta trend (*trendsetter*) bukan hanya untuk kelompok mereka tapi terlebih bagi populasi yang lebih besar lagi. Dengan demikian sangat jelas mengapa segmen remaja menjadi sangat menarik untuk disasar dan juga untuk diamati.

Terkait dengan model iklan produk remaja yang dikemukakan oleh Bandura (1977) dalam Martin dan Bush (2000) bahwa model bagi segmen ini bisa berupa seseorang yang secara langsung maupun tidak langsung mempunyai potensi untuk mempengaruhi keputusan atau perilaku remaja, salah satu dari mereka adalah selebritis. Martin dan Bush (2000) bahkan menegaskan bahwa model mempunyai pengaruh yang signifikan pada aspirasi karir, pilihan pendidikan, dan cara pandang diri sendiri pada segmen remaja. Berdasarkan paparan di atas, dalam penelitian ini akan diajukan hipotesis alternatif sebagai berikut:

**H1: Variabel *attractiveness*, *trustworthiness* dan *expertise* berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen dan juga berpengaruh secara signifikan terhadap rekomendasi konsumen pada orang lain**

**H2: Ada perbedaan perilaku pemberian rekomendasi pada orang lain maupun pada niat beli konsumen diantara kelompok pria dan kelompok wanita.**

## **3. METODA PENELITIAN**

### **3.1. Pemilihan Sampel dan Metoda Pengumpulan Data**

Responden penelitian ini diambil dengan metode purposive sampling, yaitu remaja yang pernah melihat iklan yang dibintangi oleh bintang AFI dan tinggal di Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 386 orang. Dari uji validitas dan reliabilitas diketahui bahwa satu item pertanyaan dalam variabel niat beli tidak valid maka pertanyaan tersebut dihilangkan dalam proses

uji reliabilitas. Dengan demikian setelah menghilangkan satu item yang tidak valid tersebut, maka kuesioner dinyatakan valid dan reliabel.

Sedangkan, variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel terikat yaitu variabel niat beli dan variabel rekomendasi pada orang lain. Variabel bebas terdiri dari variabel *attractiveness*, variabel *trustworthiness* dan variabel *expertise*. Indikator bagi variabel rekomendasi pada orang lain adalah memberikan informasi positif tentang produk pada orang lain, mendorong teman untuk membeli dan merekomendasikan produk pada orang lain. Variabel niat beli diindikasikan dengan item membeli produk pada saat membutuhkan, membeli produk bahkan pada saat tidak membutuhkan dan membeli produk sesegera mungkin.

Variabel bebas pertama yaitu *attractiveness* diindikasikan dengan bintang AFI menarik, berkelas, idola kaum muda, dan dipandang sebagai selebritis yang mempesona. Indikator bagi variabel *trustworthiness* adalah Bintang AFI cocok menjadi bintang iklan yang produk yang dibintangi, Bintang AFI merupakan cerminan *image* produk yang dibintangi dan Bintang AFI menganggap produk yang dibintangi bagus mutunya. Indikator bagi variabel *expertise* adalah item Bintang AFI mampu memerankan karakter tokoh yang dibintangi dengan baik, mempunyai keahlian dalam berakting dan merupakan selebritis yang berkualitas.

### 3.2. Alat Analisis

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda, dengan penyelesaian menggunakan program SPSS versi 10,0. Analisis regresi digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara penggunaan bintang iklan AFI sebagai model iklan terhadap rekomendasi pada orang lain dan niat beli remaja. Besarnya koefisien regresi menunjukkan besarnya pengaruh bintang AFI terhadap niat beli di kalangan remaja. Model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

Untuk menguji apakah koefisien regresi valid atau tidak, maka akan digunakan uji t. Alat analisis yang kedua adalah *independent sample t test* yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan hubungan antara penggunaan bintang iklan AFI sebagai model iklan terhadap perilaku pembelian remaja berdasarkan jenis kelamin.

## 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan hasil olahan regresi dengan variabel terikat rekomendasi pada orang lain dan variabel bebas *attractiveness*, *trustworthiness* dan *expertise*.

Tabel 1  
Hasil Regresi Rekomendasi Pada Orang Lain

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.862	.115		7.461	.000
	<i>attractiveness</i>	.188	.048	.226	3.926	.000
	<i>trustworthiness</i>	.317	.054	.317	5.902	.000
	<i>expertise</i>	.142	.045	.180	3.166	.002

a. Dependent Variable: rekomendasi



Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, diketahui bahwa kesemua variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel terikat.

Sedangkan hasil analisis regresi untuk variabel terikat niat beli ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2**  
**Hasil Regresi Niat Beli**

		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.123	.137		.900
	attractiveness	.383	.057	.400	6.752
	trustworthiness	.133	.064	.115	2.079
	expertise	.146	.053	.160	2.748

a. Dependent Variable: niat beli

Dari uji t diketahui bahwa variabel *trustworthiness* dan variabel *expertise* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel niat beli.

Perbandingan rata-rata dari dua kelompok yang tidak berhubungan satu dengan yang lain dilakukan untuk mengetahui kedua kelompok tersebut mempunyai rata-rata yang sama atau tidak secara signifikan. Dalam penelitian ini *independent sample t test* digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan rekomendasi pada orang lain berdasarkan jenis kelamin responden. Selain itu juga digunakan untuk melihat apakah ada perbedaan niat beli berdasarkan jenis kelamin responden.

**Tabel 3**  
**Mean Variabel Rekomendasi Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
rekomendasi	pria		237	2.468	.772	5.013E-02
	wanita		149	2.828	.526	4.313E-02

Dari tabel diatas rata-rata variabel rekomendasi pada orang lain untuk pria adalah 2,468, sedangkan untuk wanita sebesar 2,828. Dengan data standar deviasi dan standar error akan dianalisis apakah perbedaan tersebut signifikan atau tidak.

Dengan menggunakan alat bantu SPSS 10,0 diketahui bahwa probabilitas pada *equal variance assumed* sebesar 0,00, karena probabilitas < 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita dalam memberikan rekomendasi pada orang lain.

**Tabel 4**  
**Mean Variabel Niat Beli Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
niat beli	pria		237	1.848	.800	5.196E-02
	wanita		149	2.138	.820	5.715E-02



Dari tabel diatas rata-rata variabel niat beli untuk pria adalah 2,191, sedangkan untuk wanita sebesar 2,540. Dengan data standar deviasi dan *standar error* akan dianalisis apakah perbedaan tersebut signifikan atau tidak. Dengan menggunakan alat bantu SPSS 10,0 terlihat bahwa probabilitas pada *equal variance assumed* 0,00. Karena probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti ada perbedaan niat beli yang signifikan antara pria dan wanita.

Dilihat dari koefesien regresi, maka variabel *trustworthiness* mempunyai nilai beta tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel bebas, variabel ini akan memberikan pengaruh yang paling besar pada variabel rekoemdasi pada orang lain. Variabel *trustworthiness* akan memberikan pengaruh yang paling besar pada variabel rekomendasi pada orang lain karena secara umum diduga bahwa seseorang baru akan merekomendasikan suatu produk pada orang lain ketika dia meyakini si model iklan benar-benar mempunyai keyakinan positif terhadap produk tersebut. Seseorang yang meyakini bahwa model iklan sesuai dengan citra produk yang mereka bintang dan lebih jauh model iklan telah mengkonsumsi produk tersebut diduga akan mempunyai motivasi untuk merekomendasikan produk tersebut pada orang lain.

Namun demikian peran dua variabel yang lain yaitu variabel *attractiveness* dan *expertise* tidak bisa dilupakan begitu saja. Ternyata daya tarik model iklan, dalam hal ini bintang AFI, turut mempengaruhi variabel rekomendasi pada orang lain walaupun tingkat pengaruhnya tidak setinggi variabel *trustworthiness*. Pengaruh daya tarik model iklan yang menarik ini sesuai dengan penelitian Bower dan Landreth (2001) yang mengatakan bahwa pada beberapa tipe produk penggunaan model yang menarik lebih efektif dibandingkan model yang biasa saja. Pemahaman yang bisa ditarik adalah bintang AFI yang akhir-akhir uini merupakan idola kaum remaja dipandang sebagai bintang yang menarik, berkelas dan mempesona. Persepsi ini ternyata mempengaruhi segmen remaja untuk memberikan rekomendasi pada anggota segmen tersebut untuk merespon secara positif produk yang dibintang. Respon positif itu bisa berbentuk rekomendasi untuk membeli produk tersebut.

Sedangkan variabel *expertise* dalam kasus iklan dengan model bintang AFI mempunyai pengaruh yang paling kecil, ditunjukkan dengan nilai beta yang paling kecil dibandingkan dua variabel bebas yang lain. Hal ini bisa dijelaskan dengan realita bahwa para bintang AFI tersebut memang dipandang kurang mempunyai keahlian dalam berakting sehingga mendorong responden untuk berpendapat bahwa mereka tidak cukup ahli dalam bidang ini. Hal tersebut pula yang diduga mengakibatkan pengaruh variabel *expertise* tidak terlalu tinggi pada variabel rekomendasi pada orang lain. Secara rasional orang akan merekomendasikan pada orang lain ketika mereka meyakini variabel tersebut benar. Hal ini diduga tidak terjadi pada penilaian responden pada variabel *expertise* bintang AFI.

Hasil regresi berganda untuk niat beli menunjukkan bahwa koefisien regresi *attractiveness* sebesar 0,383, koefisien regresi variabel *trustworthiness* sebesar 0,133 dan koefisien regresi untuk variabel *expertise* sebesar 0,146. Sesuai dengan uji signifikansi terbukti bahwa variabel *attractiveness*, *expertise* dan *trustworthiness* memberikan pengaruh secara signifikan. Ketiga variabel tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel *attractiveness*, *expertise* dan *trustworthiness* akan mengakibatkan kenaikan variabel terikat. Koefisien regresi variabel *attractiveness* ternyata menunjukkan bahwa variabel ini memberikan pengaruh yang paling besar pada variabel niat beli responden akan produk iklan yang dibintang oleh bintang AFI.

Hal ini menunjukkan bahwa segmen remaja sangat dipengaruhi oleh daya tarik model iklan terutama daya tarik model iklan yang sedang populer saat itu, dalam kasus ini adalah bintang AFI. Segmen remaja mempunyai penilaian bahwa bintang AFI adalah idola kaum muda yang mempunyai daya tarik, berkelas dan mempesona. Hal tersebut ternyata memberikan pengaruh pada niat beli mereka akan produk yang dibintang oleh bintang AFI.

Dilihat dari perbedaan rata-rata variabel rekomendasi antara pria dan wanita terlihat bahwa rata-rata untuk wanita lebih tinggi dibandingkan rata-rata untuk pria.

Lebih lanjut, dari uji t diketahui bahwa ada perbedaan rata-rata perilaku pria dengan wanita dalam memberikan rekomendasi pembelian produk yang dibintangi oleh bintang AFI berbeda secara nyata. Hal ini dapat dijelaskan. Wanita mempunyai kecenderungan untuk lebih terlibat dengan kepentingan orang lain dibandingkan pria. Keterlibatan emosi kaum wanita dalam mengagungkan suatu bintang idola lebih tinggi dibandingkan pria, sehingga pembicaraan mengenai bintang idola diduga lebih banyak dibicarakan oleh wanita daripada oleh pria. Dengan demikian proses mempengaruhi orang lain dalam pembelian produk yang dibintangi oleh idola lebih intensif terjadi dibandingkan kalangan pria. Selain itu wanita terlihat cenderung mempunyai sifat sosial yang lebih tinggi dibanding pria. Wanita cenderung mempunyai perilaku yang lebih, dalam hal merekomendasikan pembelian suatu produk pada orang lain dibandingkan pria. Hal ini ternyata berlaku pula pada produk yang dibintangi oleh bintang AFI.

Dari tabel 4 terbukti bahwa rata-rata variabel niat beli antara pria dan wanita memiliki perbedaan yang cukup besar. Namun demikian untuk melihat apakah perbedaan tersebut cukup nyata atau tidak perlu dilihat dari probabilitas sebesar 0,000 dan itu berarti  $H_0$  ditolak. Dalam kasus ini probabilitas dibawah 0,05 menunjukkan bahwa ada perbedaan perilaku niat beli yang cukup signifikan antara pria dan wanita.

Hal ini bisa dijelaskan bahwa wanita cenderung melakukan pengambilan keputusan pembelian yang kurang rasional dibandingkan pria. Sehingga stimulan-stimulan promosi yang diberikan oleh pemasar sering disambut positif oleh kelompok wanita. Terlebih lagi segmen dalam penelitian ini adalah remaja yang memang cenderung melakukan pengambilan keputusan pembelian impulsif dimana keputusan pembelian bisa terjadi tanpa direncanakan. Stimulan yang berupa iklan dengan model iklan bintang AFI ternyata lebih bisa mendorong kelompok ini untuk membeli produk yang diiklankan tersebut dibandingkan kelompok pria. Bahkan kelompok wanita lebih termotivasi untuk membeli produk yang dibintangi oleh bintang AFI sesegera mungkin dibandingkan kelompok pria. Bintang AFI sebagai kelompok referensi ternyata mampu memberikan dorongan pembelian produk yang lebih tinggi kepada wanita dibandingkan kepada pria.

## **5. SIMPULAN**

Ada beberapa kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian mengenai model iklan. Kesimpulan tersebut adalah variabel *attractiveness*, variabel *trustworthiness* dan variabel *expertise* mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel rekomendasi pada orang lain pada tingkat signifikansi 5 persen. Variabel *trustworthiness* memberikan pengaruh yang paling besar, sedangkan variabel *expertise* memberikan pengaruh yang paling kecil pada variabel rekomendasi pada orang lain.

Dari analisis *independent sample t test* terbukti bahwa rata-rata kelompok wanita lebih besar dari pada kelompok pria. Dari uji t diketahui ada perbedaan itu signifikan sehingga bisa disimpulkan bahwa kelompok pria dan kelompok wanita mempunyai perilaku yang berbeda dalam memberikan rekomendasi pembelian produk yang dibintangi oleh bintang AFI pada orang lain.

Hasil uji beda variabel rekomendasi menunjukkan bahwa variabel niat beli rata-rata kelompok wanita pada variabel ini lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok pria. Dan dari uji beda dengan probabilitas 5 persen diperoleh hasil bahwa dua kelompok ini ternyata berbeda, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa, pria dan wanita mempunyai perbedaan perilaku niat beli produk yang dibintangi oleh bintang AFI.

Dalam penelitian ini hanya ada tiga variabel bebas yang diteliti yaitu variabel *attractiveness*, variabel *trustworthiness* dan variabel *expertise*. Ketiga variabel ini hanya merupakan sebagian dari banyak variabel model iklan. Untuk itu pada penelitian berikutnya disarankan untuk memasukkan lebih banyak variabel model iklan sebagai variabel bebas. Dengan demikian hasil dari penelitian tersebut akan mampu memberikan kontribusi yang lebih banyak pada para pemasar.

Saran berikutnya adalah memasukkan tipe produk yang diiklankan dalam penelitian. Dengan demikian bisa diperoleh informasi apakah produk yang berbeda dengan tingkat keterlibatan konsumen yang berbeda akan membutuhkan model yang berbeda. Apakah seorang model bisa digunakan untuk semua tipe produk atau hanya untuk produk dengan karakteristik tertentu. Seperti misalnya apakah model untuk iklan produk konvenien akan mempunyai karakteristik yang sama dengan model iklan untuk produk belanja (*shopping product*) ketika *effort* yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk belanja lebih besar dari pada *effort* untuk produk konvenien.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, (1998), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fourth Edition, Cincinnati Ohio: PWS-KENT Publishing Company.
- Bendixen, Mike T., (1993), "Advertising Effects and Effectiveness", *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 10, pp. 19-32
- Bower, Amanda B., dan Stacy Landreth, (2001), *Is Beauty Best? Highly Versus Normally Attractive Models in Advertising*, *Journal of Advertising*, Spring, 30,1, pp. 1-12
- Guiltnan, Joseph P., dan Gordon W Paul, Thomas J Madden., (1997), *Marketing Management: Strategies and Programs*, Sixth Edition, McGraw-Hill Companies, Inc
- Kotler, Philip, (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementasi, and Control*, Ninth Edition, New Jersey: Prentice Hal, Inc.
- Kotler, Philip, (2003), *Marketing Management*, Eleventh Edition, New Jersey: Prentice Hal, Inc.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2004), *Principles of Marketing*, Tenth Edition, New Jersey: Prentice Hal, Inc.
- Martin, Craig A., dan Alan J. Bush, (2000), "Do Role Models Influence Teenagers' Purchase Intentions and Behavior?", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17 No. 5, pp. 441-454
- O'Mahony, Sheila., dan Tony Meenaghan, (1997/1998), "The Impact of Celebrity Endorsements on Consumers", *Irish Marketing Review*, 10,2, pp. 15-24
- Russel, J. Thomas., dan W. Ronald Lane, (1996), *Kleppner's Advertising Procedure*, Thirteenth Edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Kanuk, (2000), *Consumer Behavior*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice Hal, Inc.
- Sekaran, Uma, (1992), *Research Method for Business: A Skill Building Approach*, Second Edition, Singapore: John Wiley & Sons, Inc.

## **PENGARUH POTENSI KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN PUBLIK TERHADAP PERGANTIAN AUDITOR**

Theresia Niken Setyorini  
Aloysia Yanti Ardiati  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

### **Abstract**

*The main objective of this paper is to examine the effect of failing firms (firms which are potential to be bankrupt) on auditor switching. Hypothesis was derived from Schwartz and Menon (1985) which implies that failing firms have a greater tendency to switch auditors than healthier firms do. The Z score (Altman model) was used as a proxy to measure the potential of bankruptcy. This method was applied since it has been developed in several countries such as US, Germany, Brazil, Australia, England, Ireland, Canada, the Netherlands, and France. Annual report and Indonesian Capital Market Directory were used to collect the data for a sample of 7 firms that changed their auditors and 7 firms that did not. Those four-teen (14) firms have been selected as sample among firms in consumer goods industries to answer the question about the impact of firms with potential to go bankrupt on auditor switching. Chi-Square result shows that firms with potential to go bankrupt could not influence auditor switching.*

**Keywords:** *auditor switching, bankruptcy, Altman Z-Score, failing firm*

### **1. PENDAHULUAN**

Akuntan Publik (*Auditor Independent*) memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan publik (*go public*). Akuntan Publik bertugas memeriksa laporan keuangan perusahaan secara obyektif dengan mengumpulkan dan mengevaluasi bukti yang cukup yang berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan, sehingga hasil pemeriksaan berguna untuk menentukan bahwa laporan keuangan tersebut sudah disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berterima umum dan memiliki kredibilitas (dapat dipercaya oleh publik).

Laporan keuangan perusahaan publik sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Pihak-pihak yang berkepentingan pada laporan keuangan perusahaan disebut pemakai laporan keuangan yang terdiri dari pimpinan perusahaan, manajemen perusahaan, pemegang saham (*investor*) maupun calon investor, kreditor maupun calon kreditor, pemerintah, dan masyarakat. Pimpinan dan manajemen perusahaan ingin menyampaikan informasi mengenai pertanggungjawaban pengelolaan dana yang berasal dari pihak luar; di pihak lain, pihak di luar perusahaan ingin memperoleh informasi yang dapat dipercaya. Adanya dua kepentingan yang berlawanan inilah yang menyebabkan timbul dan berkembangnya profesi akuntan publik.

Timbul dan berkembangnya profesi akuntan publik sangat dipengaruhi perkembangan perusahaan pada umumnya. Semakin banyak perusahaan publik, semakin banyak pula jasa akuntan publik yang dibutuhkan, oleh karena itu Kantor Akuntan Publik (KAP) saling bersaing untuk mendapatkan klien (perusahaan publik) dengan cara berusaha memberikan jasa audit sebaik mungkin. Perusahaan selain dapat meminta jasa audit kepada KAP untuk audit yang pertama, dapat juga meminta jasa audit untuk kondisi pergantian audit (Boynton dan Kell, 1996: 191).

Berkaitan dengan pergantian auditor, SEC (*Securities and Exchange Commission*) mengeluarkan pernyataan mengenai pergantian auditor pada nomor *Accounting Series Releases* (ASR) yaitu SEC ASR No. 165 (1974), No. 194 (1976), No. 247 (1978). Pernyataan tersebut bertujuan untuk mencegah manajemen mengganti KAP agar dapat memperoleh *unqualified opinion* atau perlakuan akuntansi yang lebih baik atau menguntungkan (Schwartz dan Menon, 1985).

Dalam perkembangannya, muncul banyak permasalahan yang mendorong perusahaan untuk mengganti auditor. Beberapa literatur akuntansi menuliskan faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk mengganti auditornya, yaitu: adanya perubahan manajemen (Burton dan Roberts, 1967 dalam Schwartz dan Menon, 1985), adanya keinginan perusahaan supaya laporan keuangannya dapat lebih dipercaya (Carpenter dan Strawser, 1971 dalam Schwartz dan Menon, 1985), *audit fee* dan hubungan kerja yang baik (didefinisikan sebagai respon KAP terhadap kebutuhan klien) sebagai dua faktor yang paling mempengaruhi seleksi auditor (Eichenser dan Shield, 1983 dalam Schwartz dan Menon, 1985), ketidakpuasan atas pendapat auditor (Chow dan Rice, 1982 dalam Schwartz dan Menon, 1985), perubahan metoda akuntansi yang digunakan manajemen (DeAngelo, 1982 dalam Schwartz dan Menon, 1985). Melihat banyaknya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pergantian auditor tersebut, Schwartz dan Menon (1985) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pergantian auditor pada perusahaan yang sehat berbeda dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pergantian auditor pada perusahaan berpotensi bangkrut.

Schwartz dan Menon (1985) mempertimbangkan potensi kebangkrutan sebagai variabel yang mempengaruhi pergantian auditor. Potensi kebangkrutan merupakan kesulitan solvabilitas yaitu kewajiban keuangan perusahaan sudah melebihi kekayaannya, apabila prospek perusahaan tidak memberikan harapan maka likuidasi terpaksa ditempuh. Potensi kebangkrutan termasuk dalam kondisi kesulitan keuangan yang tingkat kesulitannya lebih besar dari kesulitan likuiditas (*technical insolvency*), yang dimaksud di sini adalah perusahaan hanya tidak mampu memenuhi kewajiban keuangan sementara waktu.

Untuk mengetahui apakah suatu perusahaan berpotensi bangkrut atau tidak, bisa dilihat dengan menggunakan alat analisis keuangan *Multiple Discriminant Analysis* (Z Score). Z Score ini adalah bentuk analisis keuangan yang menggunakan rasio-rasio keuangan yang dikombinasikan menjadi persamaan matematis. Rasio-rasio yang digunakan mewakili rasio-rasio keuangan secara keseluruhan. Model Z Score ini ditemukan oleh Altman (1968), yang selanjutnya diperbaharui pada tahun 1984 di beberapa negara. Z Score yang telah direvisi pada tahun 1984 telah berdimensi Internasional (Foster, 1986: 551 dalam Supardi dan Sri Mastuti, 2003).

Schwartz dan Menon (1985) menyatakan bahwa di dalam lingkungan perusahaan berpotensi bangkrut terdapat pengaruh yang besar terhadap putusnya hubungan kerja antara manajemen dan auditor yang menyebabkan perusahaan mengganti auditornya, seperti adanya permasalahan metoda akuntansi, ketidakpuasan atas pendapat auditor, atau ketidakpuasan terhadap kinerja auditor. Permasalahan-permasalahan di atas menyebabkan ketegangan hubungan antara manajemen dan auditor, serta timbulnya perbedaan pendapat yang tidak dapat disatukan lagi (Schwartz dan Menon, 1985).

Kesulitan keuangan yang terdiri dari kesulitan likuiditas sampai dengan kondisi perusahaan berpotensi bangkrut disebabkan oleh banyak hal, baik dari luar maupun dari dalam perusahaan. Meskipun sebab-sebab terjadinya kesulitan keuangan sangat bervariasi, tetapi kebanyakan penyebabnya adalah karena serangkaian keputusan manajemen yang salah sehingga kondisi perusahaan memburuk. Perusahaan berpotensi bangkrut memiliki kecenderungan mengganti auditornya karena dalam perusahaan berpotensi bangkrut, terdapat pengaruh yang besar terhadap putusnya hubungan kerja antara manajemen dan auditor, yang dapat memicu perusahaan untuk melakukan pergantian auditor. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan membuktikan pengaruh potensi kebangkrutan

perusahaan publik terhadap pergantian auditor dengan mengambil data perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ).

## 2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perusahaan publik memiliki laporan keuangan yang sangat dibutuhkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan untuk pengambilan keputusan. Dengan demikian perusahaan publik sangat membutuhkan jasa auditor untuk menjamin apakah laporan keuangannya sudah disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang diterima umum, sehingga laporan keuangannya memiliki kredibilitas atau dapat dipercaya. Perusahaan selain dapat meminta jasa audit kepada KAP untuk audit yang pertama, dapat juga meminta jasa audit untuk kondisi pergantian audit (Boynton dan Kell, 1996: 191). Schwartz dan Menon (1985) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pergantian auditor pada perusahaan yang sehat berbeda dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pergantian auditor pada perusahaan yang berpotensi bangkrut. Perusahaan yang berpotensi bangkrut lebih cenderung melakukan pergantian auditor dibandingkan perusahaan yang sehat karena di dalam lingkungan perusahaan berpotensi bangkrut terdapat pengaruh yang besar terhadap putus hubungan kerja antara manajemen dan auditor, seperti adanya permasalahan metoda akuntansi, ketidakpuasan terhadap pendapat auditor, atau ketidakpuasan terhadap kinerja auditor (Schwartz dan Menon, 1985).

Potensi kebangkrutan yang dialami perusahaan dapat diketahui dengan analisis laporan keuangan *multivariate*. Analisis terhadap laporan keuangan dapat meramalkan kontinuitas atau kelangsungan hidup perusahaan dan memprediksi kebangkrutan yang mungkin menimpa perusahaan di masa yang akan datang. Dugaan adanya pengaruh potensi kebangkrutan perusahaan publik terhadap pergantian auditor akan diteliti dalam penelitian ini.

### 2.1. Analisa Laporan Keuangan Untuk Mengidentifikasi Potensi Kebangkrutan Perusahaan

Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai perusahaan yang bersangkutan. Ada berbagai alat untuk mendeteksi dan meramalkan kemungkinan terjadinya kesulitan keuangan mulai dari kesulitan likuiditas sampai dengan potensi kebangkrutan yaitu *pertama*, **Analisa Data Ekstern**, data ekstern yang biasanya digunakan ialah data-data industri, data statistik dan indikator ekonomi yang diterbitkan oleh instansi pemerintah maupun pihak swasta; *kedua*, **Analisa Data Intern**, analisa data intern biasanya bersumber pada penemuan dan saran-saran yang dikemukakan oleh akuntan publik dari hasil pemeriksaannya kepada manajemen. Dengan menggunakan data intern, analisa yang dilakukan sebagai berikut: *pertama*, **Analisa Trend** yang merupakan analisa terhadap laporan keuangan perusahaan yang mencakup beberapa periode tahun buku, maka dapat diperoleh informasi tentang penurunan atau kelemahan posisi kas, kekurangan modal kerja, *overinvestment* dalam piutang, persediaan atau aktiva tetap, kenaikan utang dan penundaan utang yang telah jatuh tempo; *kedua*, **Analisa Rasio** biasanya lebih bermanfaat dan mampu menunjukkan adanya kekuatan atau kelemahan-kelemahan finansial perusahaan. Rasio keuangan sangat banyak, karena rasio dapat dibuat menurut kebutuhan penganalisa. Namun, secara umum rasio keuangan dapat digolongkan menjadi enam jenis yaitu rasio likuiditas, rasio leverage, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, rasio pertumbuhan (*growth ratios*), dan rasio penilaian (*valuation ratios*).

Analisis laporan keuangan menggunakan rasio keuangan dibagi menjadi dua macam cara yaitu model *univariate* dan model *multivariate*. Model *univariate* yaitu menganalisis laporan keuangan dengan rasio-rasio keuangan yang sudah ada. Penggunaan analisis rasio secara *univariate* dalam menentukan perusahaan-perusahaan yang berpotensi bangkrut, secara teoritis maupun praktis mempunyai kelemahan. Dalam setiap kasus, analisis rasio dengan metode *univariate* ini ditekankan

atau difokuskan pada sebuah rasio untuk masalah tersebut. Analisis dengan cara demikian dapat mengakibatkan kesalahan interpretasi. Sebagai contoh perusahaan yang mempunyai solvabilitas dan atau profitabilitas yang jelek dapat diindikasikan akan mengalami kebangkrutan. Namun karena likuiditasnya berada di atas rata-rata industri maka situasi tersebut mungkin tidak akan ditanggapi secara serius. Keterbatasan atau kelemahan yang ada dalam model *univariate* analisis dapat diatasi dengan cara mengkombinasikan beberapa variabel (rasio) keuangan ke dalam sebuah model *multivariate* yaitu *Multiple Discriminant Analysis* (MDA).

Kelebihan dari MDA yaitu: MDA merupakan penggabungan dari kumpulan rasio-rasio yang simultan; MDA merupakan ketentuan koefisien yang tepat untuk mengkombinasikan variabel-variabel independen; dan MDA merupakan perbaikan suatu aplikasi model awal (*univariate*) yang telah dikembangkan.

Model *multivariate* dalam analisis MDA yang digunakan untuk menganalisis potensi kebangkrutan pertama kali ditemukan oleh Edward Altman pada tahun 1968 di Amerika. MDA hasil penelitian Altman (1968) berupa persamaan Z Score. Z Score adalah skor yang ditentukan dari hitungan standar kali rasio-rasio keuangan yang akan menunjukkan tingkat kemungkinan kebangkrutan perusahaan. Dalam kaitannya dengan data rasio keuangan dan kegunaannya, Altman (1981) mengemukakan 22 rasio keuangan yang tercakup dalam lima rasio yang penting yaitu rasio modal kerja/total aktiva, rasio laba ditahan/total aktiva, rasio *Earning Before Interest and Tax* (EBIT)/total aktiva, rasio harga pasar saham/nilai buku total utang, dan rasio penjualan/total aktiva.

Persamaan Z Score Altman tersebut adalah (Altman, 1993: 182):

$$Z = 0,012X_1 + 0,014X_2 + 0,033X_3 + 0,006X_4 + 0,999X_5$$

Namun persamaan Z Score Altman tahun 1968 ini mempunyai kelemahan yaitu (Newton, 2000: 56): persamaan tersebut merupakan hasil penelitian di Amerika, jadi apabila diterapkan di negara lain kondisinya belum tentu sesuai. *Cut of score* (ambang batas) Z Score ditemukan Altman berdasarkan kondisi negara Amerika. Dengan kata lain, persamaan Z Score tersebut belum berdimensi Internasional; dan persamaan Z Score ini hanya dapat diterapkan pada perusahaan publik saja. Hal ini dapat dilihat dari rasio harga pasar saham/nilai buku total utang. Jadi persamaan Z Score Altman hasil penelitiannya tahun 1968 mempunyai lingkup yang masih sangat sempit.

Pada perkembangannya, Altman melakukan penelitian lagi di beberapa negara seperti United State, Japan, Jerman, Switzerland, Brasil, Australia, Inggris, Kanada, Belanda, dan Perancis (Foster, 1986: 551 dalam Supardi dan Sri Mastuti, 2003). Penelitian lanjutan ini dilakukan Altman pada tahun 1984 untuk mengatasi kelemahan persamaan Z Score yang pertama. Penelitian lanjutan Altman ini sudah berdimensi Internasional, selain itu persamaan Z Score hasil penelitiannya tahun 1984 ini juga bisa diterapkan pada perusahaan publik maupun tidak publik. Hal tersebut dapat dilihat dari rasio harga pasar saham/nilai buku total utang yang dapat diubah menjadi rasio nilai buku saham/nilai buku total utang apabila akan digunakan untuk menganalisis perusahaan tidak publik.

Hasilnya, persamaan Z Score berubah sebagai berikut (Newton, 2000: 56):

$$Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,420X_4 + 0,998X_5$$

Dalam hal ini:

$X_1$  = Modal Kerja/Total Aktiva

Modal kerja adalah selisih antara aktiva lancar dengan utang lancar. Total aktiva adalah total kekayaan perusahaan baik aktiva lancar maupun aktiva tetap. Modal kerja/Total aktiva merupakan rasio likuiditas yang paling *valuable* (Altman, 1993: 186).

$X_2$  = Laba Ditahan/Total Aktiva.

Laba ditahan adalah laba yang diinvestasikan kembali. Laba ditahan/Total aktiva merupakan rasio leverage baru yang menunjukkan seberapa besar total aktiva perusahaan dibentuk oleh komponen laba ditahan (Altman, 1993: 186).



$X_3$  = EBIT/Total Aktiva.

EBIT adalah penghasilan sebelum dikurangi bunga dan pajak. EBIT/Total aktiva merupakan rasio profitabilitas yang mengukur produktivitas asset perusahaan dalam menghasilkan laba (Altman, 1993: 186).

$X_4$  = Harga Pasar Saham/Nilai Buku Total Hutang.

Harga pasar saham adalah nilai pasar saham, dimana merupakan gabungan nilai pasar seluruh saham baik saham preferen maupun saham biasa. Nilai buku total hutang adalah total hutang perusahaan baik hutang jangka pendek atau hutang jangka panjang. Rasio nilai pasar saham/ nilai buku total utang termasuk rasio solvabilitas yang menunjukkan seberapa besar asset perusahaan dapat menurunkan nilai utang sebelum kewajiban melebihi asset dan perusahaan menjadi *insolven* (Bernstein dan Wild, 1998: 487).

$X_5$  = Penjualan/Total Aktiva.

Rasio penjualan/total aktiva yang biasa disebut *total assets turnover* merupakan rasio aktivitas yaitu menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan keseluruhan aktiva perusahaan di dalam menghasilkan volume penjualan tertentu (Altman, 1993: 186).

Penilaian kebangkrutan perusahaan diketahui dari Z Score dengan ambang batas dibawah 1,2. Perusahaan yang tidak mengalami kebangkrutan memiliki Z Score di atas 2,9. Daerah ambang batas antara 1,2 dan 2,9 merupakan "gray area". Menurut Altman, *The area between 1,2 and 2,9 will defined as the "zone of ignorance" or "grey area" because of the susceptibility to error clasification* (Altman, 1993: 186). Altman menemukan bahwa rasio keuangan (profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas) bermanfaat dalam memprediksi kebangkrutan dengan tingkat keakuratan 95% untuk periode setahun sebelum perusahaan bangkrut, 72% untuk periode dua tahun sebelum perusahaan bangkrut, 48% untuk periode tiga tahun sebelum perusahaan bangkrut, dan 36% untuk periode lima tahun sebelum perusahaan bangkrut. Hasil penelitian Altman ini menunjukkan bahwa kekuatan prediksi rasio keuangan mengalami penurunan untuk periode waktu yang lebih lama (Altman, 1968 dalam Surifah, 2002).

## **2.2. Faktor-Faktor Penyebab Perusahaan Mengganti Auditor**

Perusahaan publik sangat membutuhkan jasa auditor untuk menjamin kewajaran laporan keuangannya agar dapat dipercaya oleh masyarakat. Menyadari akan hal itu, KAP saling bersaing untuk memperoleh klien (perusahaan publik) dengan cara memberikan jasa audit terbaik. Klien dapat meminta jasa audit kepada KAP untuk audit yang pertama maupun untuk kondisi pergantian audit. Pergantian auditor oleh klien dapat disebabkan oleh banyak faktor, seperti (Boynton dan Kell, 1996: 191) ketidakpuasan perusahaan klien, keinginan untuk menurunkan *fee audit*, kebutuhan akan jasa-jasa profesional yang luas, *merger* antara perusahaan-perusahaan yang memiliki auditor yang berbeda dan *merger* di antara perusahaan-perusahaan KAP.

## **2.3. Hubungan Potensi Kebangkrutan Perusahaan terhadap Pergantian Auditor dan Pengembangan Hipotesis**

Menurut penelitian Schwartz dan Menon (1985), perusahaan yang berpotensi bangkrut memiliki kecenderungan mengganti auditor karena di dalam lingkungan perusahaan yang sedang mengalami potensi kebangkrutan terdapat pengaruh yang besar pada ketegangan hubungan antara manajemen dan auditor yang menyebabkan putusnya hubungan kerja antara manajemen dan auditor. Hal inilah yang memicu terjadinya pergantian auditor. Potensi kebangkrutan yang dialami perusahaan menyebabkan manajemen perusahaan berusaha untuk mencegah kebangkrutan yang mengakibatkan likuidasi. Serangkaian keputusan manajemen dalam rangka mencegah kebangkrutan perusahaan dapat menimbulkan masalah dengan auditor yang mengakibatkan timbulnya dorongan kuat untuk mengganti auditor.



Hal-hal yang dapat mendorong manajemen mengganti auditor yaitu: permasalahan akibat perubahan metoda akuntansi, pendapat auditor yang tidak memuaskan, atau ketidakpuasan atas kinerja auditor (auditor gagal mendeteksi kelemahan-kelemahan signifikan pada pengendalian intern perusahaan dan banyak ketidaktepatan yang dilakukan dalam mengaudit catatan-catatan atau dokumen-dokumen perusahaan yang menyebabkan auditor tidak dapat menemukan kesalahan pencatatan yang bersifat material dalam laporan keuangan perusahaan).

Perusahaan yang berpotensi bangkrut mengalami keadaan dalam hal ini kewajiban finansialnya lebih besar daripada kekayaannya, jadi perusahaan yang berpotensi bangkrut mengalami perubahan negatif pada tingkat penghasilannya. Maka, pihak manajemen berusaha mengatasinya dengan mengubah metoda akuntansi untuk menekan penyajian informasi yang negatif atau menutupi kondisi keuangan perusahaan yang buruk. Dalam hal ini, manajemen perusahaan harus melakukan beberapa penyesuaian yang harus diungkapkan dan dinyatakan dalam laporan audit. Jika keadaan ini terjadi dan hal tersebut tidak ditaati oleh manajemen serta menyimpang dari prinsip akuntansi Indonesia, maka auditor tidak dapat memberikan pendapat wajar tanpa pengecualian (*Unqualified Opinion*). Pihak manajemen tidak puas dengan hasil keputusan audit, karena pendapat wajar dengan pengecualian (*qualified opinion*) dapat menyebabkan krisis kepercayaan masyarakat umum pada kelayakan laporan keuangan perusahaan. Permasalahan metoda akuntansi ini akan mendorong manajemen perusahaan untuk mengganti auditors (Schwartz dan Menon, 1985).

Kecenderungan mengganti auditor di atas dilakukan perusahaan-perusahaan yang mengalami potensi kebangkrutan pada umumnya. Kecenderungan tersebut diketahui berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan literatur akuntansi sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub> = Potensi kebangkrutan yang dialami perusahaan publik mempengaruhi pergantian auditor.**

### 3. METODA PENELITIAN

#### 3.1. Pemilihan Sampel dan Metoda Pengumpulan Data

Sumber data yang dikumpulkan berasal dari data sekunder. Data yang dikumpulkan meliputi elemen-elemen dalam laporan keuangan yang akan digunakan untuk menghitung rasio-rasio keuangan dalam persamaan Z Score. Peneliti mengumpulkan data dari *Indonesian Capital Market Directory* yang diterbitkan Bursa Efek Jakarta dan *Annual Report* perusahaan tahun 1998, 1999, 2000, dan 2001 dari PT. Rifa Financindo Cabang Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penentuan sampel perusahaan menggunakan *purposive random sampling* dengan kriteria: perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ dan tergolong jenis perusahaan *consumer goods*, perusahaan yang sudah terdaftar di BEJ pada tahun 1998, dan perusahaan yang melakukan pergantian auditor.

Penelitian menggunakan perusahaan manufaktur sebagai sampel penelitian karena dalam analisis Z Score Altman memiliki pernyataan kesimpulan bahwa diskriminan Altman dinyatakan sebagai alat prediksi untuk perusahaan pabrik dan industri lain (Muji dan Anies, 1995 dalam Supardi dan Sri Mastuti, 2003). Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur jenis *consumer goods* karena perusahaan *consumer goods* selalu mempunyai permintaan konsumen yang tinggi dan tidak terpengaruh oleh kondisi perekonomian seperti krisis ekonomi. Penelitian Surifah, 2002 menghasilkan kesimpulan sementara bahwa rasio keuangan tidak dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan pada masa krisis karena dipengaruhi secara dominan oleh krisis ekonomi (Surifah, 2002). Maka dari itu, penelitian ini mengambil sampel perusahaan *consumer goods* yang tidak dipengaruhi secara dominan oleh krisis ekonomi sehingga prediksi kebangkrutan menggunakan rasio keuangan dapat diterapkan.

Periode penelitian ditetapkan 4 tahun dari tahun 1998 sampai dengan 2001 agar penelitian dapat mewakili kondisi setelah terjadi krisis ekonomi pada pertengahan tahun 1997 yang mengakibatkan

semakin banyaknya perusahaan yang mengalami kebangkrutan pada tahun 1998. Kriteria terakhir yaitu sampel perusahaan diambil berdasarkan jenis perusahaan publik yang melakukan penggantian auditor supaya sampel penelitian dapat mewakili perusahaan yang ganti auditor maupun perusahaan yang tidak ganti auditor. Berdasarkan tiga kriteria di atas, jenis perusahaan yang diambil sebagai sampel yaitu: perusahaan *food and beverage* dan perusahaan *pharmaceuticals*. Oleh karena jenis perusahaan *consumer goods* yang lain tidak melakukan penggantian auditor, yaitu perusahaan Tembakau (*Tobacco Manufacturers*), perusahaan Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga (*Cosmetics and Household*), dan perusahaan Perabotan Rumah Tangga (*Houseware*) maka perusahaan ini tidak dijadikan sebagai sampel.

Dari kriteria di atas, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* dan *pharmaceuticals*. Tabel 1 menunjukkan penentuan sample yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1**  
**Sampel Penelitian**

Keterangan	Jumlah
▪ Perusahaan <i>Consumer Goods</i> :	
a. <b>Perusahaan <i>Food and Beverage</i>:</b>	21 perusahaan
- Pada tahun 1998 belum terdaftar di BEJ	<u>6 perusahaan</u> -
Total perusahaan yang telah terdaftar tahun 1998	15 perusahaan
- Perusahaan yang ganti auditor	<u>6 perusahaan</u> -
- Perusahaan yang tidak ganti auditor	9 perusahaan
b. <b>Perusahaan <i>Pharmaceuticals</i>:</b>	10 perusahaan
- Pada tahun 1998 belum terdaftar di BEJ	<u>4 perusahaan</u> -
Total perusahaan yang telah terdaftar tahun 1998	6 perusahaan
- Perusahaan yang ganti auditor	<u>1 perusahaan</u> -
- Perusahaan yang tidak ganti auditor	5 perusahaan
• Total perusahaan yang ganti auditor (6+1)	7 perusahaan
• Total perusahaan yang tidak ganti auditor (9+5)	14 perusahaan
• Total perusahaan yang bisa dijadikan sampel	21 perusahaan

Total perusahaan yang bisa dijadikan sampel yaitu 21, terdiri dari 7 perusahaan yang ganti auditor dan 14 perusahaan yang tidak ganti auditor. Karena perusahaan yang ganti auditor ada 7, maka sebagai kontrolnya diambil 7 perusahaan dari 14 perusahaan yang tidak ganti auditor. Jadi total sampel penelitian ada 14 perusahaan.

### 3.2. Definisi Operasional Variabel dan Alat Analisis Data

Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah potensi kebangkrutan sebagai *independent variable*, diukur dengan menggunakan *multivariate discriminan analysis* Altman Z-Score dan pergantian auditor sebagai *dependent variable*.

Data pada penelitian ini merupakan data *nonparametrik*, karena sampel yang digunakan kecil yaitu <30. Selain itu data penelitian ini termasuk data multinomial, jadi untuk mengatasi penelitian semacam ini digunakan alat statistik *Chi-Square* Pearson dengan simbol  $\chi^2$  (Dajan, 1986: 277).

Kemudian untuk uji keamatan antara dua variabel, digunakan koefisien korelasi Phi ( $r_o$ ). Langkah-langkah menganalisis data menggunakan *Chi-Square* Pearson adalah:

- Hasil perhitungan *Z Score* masing-masing perusahaan tahun 1998, 1999, 2000, dan 2001 dikategorikan bangkrut atau tidak bangkrut (lihat lampiran 1).
- Melakukan uji pengaruh potensi kebangkrutan terhadap pergantian auditor dengan *Chi-Square* menggunakan *SPSS 10.0 for windows* (lihat lampiran 2).
- Menarik kesimpulan dari hasil pengolahan data apakah  $H_o$  diterima atau ditolak.

#### 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 menunjukkan hasil pengolahan data.

**Tabel 2**  
**Pengaruh Potensi Kebangkrutan pada Pergantian Auditor**

Keterangan	Nilai	Probabilitas
Koefisien korelasi Phi ( $r_o$ )	0,316	0,237
<i>Chi-Square</i> Pearson ( $\chi^2$ )	1,400	0,237

Sumber: Data diolah

Hasil olahan *Chi-Square* Pearson menunjukkan nilai  $\chi^2$  Pearson sebesar 0.316 dengan probabilitas 0.237 yang berarti  $H_1$  yang menyatakan potensi kebangkrutan yang dialami perusahaan publik mempengaruhi pergantian auditor, tidak dapat didukung. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peneliti tidak berani menolak  $H_o$ .

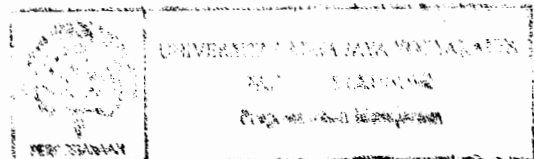
#### 5. SIMPULAN

Dari hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa potensi kebangkrutan perusahaan publik tidak mempengaruhi pergantian auditor, karena diduga adanya beberapa factor yaitu: *pertama*, di Indonesia, perusahaan-perusahaan akan mempertimbangkan secara serius tentang masalah pergantian auditor karena auditor yang selama ini mereka gunakan telah mengetahui dan mengerti kondisi perusahaan. Jika perusahaan mengganti auditor, perusahaan khawatir jika auditor yang baru akan melakukan pemeriksaan terhadap sistem pembukuan dan menilai rendah standar mutu pembukuan perusahaan mereka. Hal ini dapat mengakibatkan keterlambatan penyajian laporan keuangan yang membuat perusahaan menanggung biaya denda keterlambatan. *Kedua*, adanya benturan kepentingan pada auditor dalam melaksanakan tugas audit dan memberikan jasa konsultan. Benturan kepentingan ini dapat mengganggu independensi auditor yang akan mempengaruhi opini audit. Perusahaan di Indonesia merasa hal tersebut dapat memberikan keuntungan, sehingga perusahaan enggan melakukan pergantian auditor.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu: sampel penelitian kecil karena pengambilan sampel terbatas pada jenis perusahaan *consumer goods* dengan kriteria jenis perusahaan yang melakukan pergantian auditor.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Altman, E. I., (1968), "Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Predictor of Corporate Bankruptcy", *The Journal of Finance*.
- Altman, E. I., dan M. Brenner, (1981), "Information Effects and Stock Market Response to signs of Firms Deterioration", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*.
- Altman, E. I., (1993), *Corporate Financial Distress and Bankruptcy*, 2<sup>nd</sup> Edition, John Willey and Son, New York.
- Bernstein, Leopold A., dan John J. Wild, (1998), *Financial Statement Analysis Theory, Application and Interpretation*, 6<sup>th</sup> Edition, Mc.Graw Hill
- Bowlin, O.D., Martin, J.D., dan Scott, D.F., (1980), *Guide To Financial Analysis*, 2<sup>nd</sup> Edition, New York: McGraw-Hill Co., Inc.
- Boynton William, C., dan Kell Walter, G., (1996), *Modern Auditing*, 6<sup>th</sup> Edition, New York: John Willey and Sons, Inc.
- Dajan, Anto, (1986), *Pengantar Metode Statistik Jilid II*, Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Halim, Abdul, dan Setyorini, Mei, (2002), "Studi Potensi Kebangkrutan Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta Tahun 1996-1998", *Kompak*.
- "*Indonesian Capital Market Directory*", Jakarta: Bursa Efek Jakarta.
- Scwartz, K.B., dan K. Menon, April, (1985), "Auditor Switches by Failing Firm", *The Accounting Review*.
- Supardi, dan Sri Mastuti, (2003), "Validitas Penggunaan Z-Score Altman Untuk Menilai Kebangkrutan pada Perusahaan Perbankan Go Publik di Bursa Efek Jakarta", *Kompak*. Januari-April.
- Surifah, (2002), "Laporan Penelitian: Studi Tentang Rasio Keuangan Sebagai Alat Prediksi Kebangkrutan Perusahaan Publik Di Indonesia Pada Masa Krisis Ekonomi", *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*, September-Desember.



## Lampiran 1

No.	Nama Perusahaan	Z Score				Rata-rata	KAP				Keterangan
		1998	1999	2000	2001		1998	1999	2000	2001	
1	PT.Aqua Golden Mississippi Tbk.	2.9	2.6	2.3	2.1	2.5 A	A	A	A	A	Tidak bangkrut, Tidak ganti auditor
2	PT.Cahaya Kalbar Tbk.	0.2	2.7	0.9	0.6	1.1 I	H	H	H	H	Bangkrut, Ganti auditor
3	PT.Davomas Abadi Tbk.	1.1	0.9	0.1	0.8	0.7 A	A	J	J	J	Bangkrut, Ganti auditor
4	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.	1.8	2.4	2.0	1.9	2.0 A	A	A	A	A	Tidak bangkrut, Tidak ganti auditor
5	PT.Mayora Indah Tbk.	0.8	1.3	1.1	1.2	1.1 B	B	B	B	B	Bangkrut, Tidak ganti auditor
6	PT.Prasidha Aneka Niaga Tbk.	1.8	1.0	-2.9	-1.4	-0.4 A	A	A	A	A	Bangkrut, Tidak ganti auditor
7	PT.Putra Sedjahtera Pioneerindo Tbk.	-4.2	0.1	-0.4	1.0	-0.9 I	F	G	G	G	Bangkrut, Ganti auditor
8	PT.Sekar Laut Tbk.	-3.2	-0.9	-4.6	-4.9	-3.4 B	B	C	C	C	Bangkrut, Ganti auditor
9	PT.Sierad Produce Tbk.	-4.5	-0.3	-2.2	-0.4	-1.9 B	B	G	G	G	Bangkrut, Ganti auditor
10	PT.Suba Indah Tbk.	-0.1	1.1	1.1	0.2	0.6 A	A	B	B	B	Bangkrut, Ganti auditor
11	PT.Dankos Laboratories Tbk.	-0.4	2.7	2.1	2.4	1.7 A	A	A	A	A	Tidak bangkrut, Tidak ganti auditor
12	PT.Darya-Varia Laboratoria Tbk.	-0.9	2.2	0.9	1.1	0.8 E	E	E	E	E	Bangkrut, Tidak ganti auditor
13	PT.Kalbe Farma Tbk.	-1.0	1.6	1.2	1.5	0.8 A	A	A	A	A	Bangkrut, Tidak ganti auditor
14	PT.Merck Indonesia Tbk.	2.5	3.3	4.3	4.1	3.6 D	F	F	F	F	Tidak bangkrut, Ganti auditor

## Keterangan:

KAP di Indonesia yang bermitra dengan *The big five CPA's*:

- A : Prasetyo, Utomo & Co.
- B : Hans Tuanakota & Mustofa
- C : E & Y, Hanadi, Sarwoko & Sandjaja
- D : Siddharta Siddharta & Harsono
- E : Hadi Sutanto & Rekan

KAP di Indonesia bukan mitra *The big five CPA's*:

- F : Hanadi Sudjendro & Co
- G : Amir Abadi Jusuf & Aryanto
- H : Rasin, Ichwan & Co
- I : Drs. Bambang Sulistiyanto & Co
- J : Paul Hadiwinata, Hidajat & Co

**Lampiran 2**  
**Crosstabs**

<b>Case Processing Summary</b>						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Penggantian Auditor *	14	100%	0	0.0%	14	100%
Potensi Kebangkrutan						

<b>Penggantian Auditor * Potensi Kebangkrutan Crosstabulation</b>					
			Potensi Kebangkrutan		Total
			Bangkrut	Tidak Bangkrut	
Penggantian Auditor	Ganti Auditor	Count	6	1	7
		Expected Count	5.0	2.0	7.0
	Tidak Ganti Auditor	Count	4	3	7
		Expected Count	5.0	2.0	7.0
	Total	Count	10	4	14
		Expected Count	10.0	4.0	14.0

<b>Chi-Square Tests</b>				
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.400 b)	1	0.237	
Continuity a)				
Correction	0.350	1	0.554	
Likelihood Ratio	1.449	1	0.229	
Fisher's Exact Test				
Linear-by-Linear Association	1.300	1	0.254	
N of Valid Cases	14			

a) Computed only for a 2x2 table

b). 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.00.

Symmetric Measures					
		Value	Asymp Std. Error a)	Approx. T b)	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	0.316			0.237
	Cramer's V	0.316			0.237
	Contingency				
	Coefficient	0.302			0.237
Interval by Interval	Pearson's R	0.316	0.244	1.155	0.271 c)
Ordinal by Ordinal	Spearman				
	Correlatio	0.316	0.244	1.155	0.271 c)
N of Valid Cases		14			

a) Not assuming the null hypothesis.

b) Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c) Based on normal

**BEDAH BUKU**

Judul Buku :

*Financial Revolution*



Pengarang: Tung Desem Waringin  
Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama  
Tahun: 2005  
Tebal: 169 halaman

Handy Fridata  
District Manager, Cabang Yogyakarta  
PT Kalbe Farma

Pada awalnya orang harus memiliki kemauan untuk mengubah sebuah paradigma tentang kehidupan. Perubahan mendasar yang diperlukan adalah perubahan cara pandang dan kesediaan untuk melakukan perubahan. Demikian, inti topik yang dikemukakan Tung Desem Waringin dalam buku *Financial Revolution*. Buku yang menjadi *national best seller* ini terdiri dari dua bagian dengan perincian bagian pertama terdiri dari dua bab, bagian kedua 9 bab.

Bagian pertama, menekankan pada **keyakinan**. Keyakinan diibaratkan seperti magnet, bila keyakinan bercampur baur antara positif dan negatif terhadap sesuatu hal maka tidak ada lagi "kutub positif" dan "kutub negatif" terhadap sesuatu hal, lalu pikiran menjadi bingung atau netral seperti besi biasa. Keyakinan datang dari pengalaman, apa yang dibaca, apa yang didengar, dan apa yang dirasakan. Secara sadar atau tidak, keyakinan akan melandasi cara berpikir, berbicara dan bertindak pada masa sekarang maupun masa depan bahkan seringkali apa yang diyakini akan menjadi kenyataan.

Keyakinan seseorang tidak akan meningkatkan keberuntungan dalam situasi acak, tetapi akan meningkatkan keberuntungan dalam hidup karena keyakinan tersebut akan membuat dia bertindak lebih banyak, lebih persisten, lebih tepat, dibanding orang yang tidak yakin. Dengan demikian, potensi yang digunakan lebih besar sehingga hasil yang dicapai juga akan lebih besar.

Bagian kedua, berisi langkah-langkah untuk membuat orang menjadi kaya. Setiap orang harus menentukan tujuan karena tanpa tujuan, gerak seseorang sama sekali tanpa arah sehingga sangatlah sulit mengejar tujuan seandainya tujuan terus berubah. Tujuan atau *goal* harus dirumuskan dalam kata-kata positif dan spesifik, karena otak bawah sadar kita yang paling dalam tidak mengenal kata tidak dan selalu mengejar tujuan dan tidak membantah bila tujuannya spesifik, jelas dan mantap..

Kadangkala tujuan yang ditetapkan dianggap mustahil untuk dicapai. Orang lain boleh menganggap tujuan kita mustahil, namun bila kita sendiri juga mempunyai pendapat bahwa tujuan itu mustahil, hilang sudah kemungkinan untuk bisa mencapai tujuan tersebut. Ketika seseorang menganggap tujuannya mustahil, maka dia tidak akan melakukan apapun untuk mengejar tujuannya. Dengan demikian hasilnya NOL. Manusia cenderung melakukan sesuatu sesuai dengan keyakinannya. Ketika keyakinannya mengatakan bahwa tujuannya adalah mustahil, tindakannya akan loyo, malas-malasan, ragu-ragu, tidak serius, penuh ketidaksungguhan, tidak bertenaga, dan tidak fokus. Bila hasilnya jelek, dia akan semakin percaya bahwa tujuannya mustahil.



Kalau seseorang tidak merasakan suatu tujuan sebagai keharusan dari diri sendiri, rintangan kecil saja sudah cukup untuk menggagalkan upaya mencapai tujuan tersebut. Semua pencapaian yang dahsyat pasti dicapai karena *orang mempunyai alasan yang sangat kuat untuk menjadi dahsyat* (baik secara sadar maupun secara tidak sadar).

Lebih lanjut, buku ini juga membahas tentang *goal* yang masuk akal. Seringkali untuk menemukan cara mencapai sesuatu adalah sesederhana menemukan alasan yang sangat kuat kenapa tujuan tersebut harus dicapai. Dan menemukan alasan yang sangat kuat adalah sesederhana menemukan kemampuan serta kemauan untuk membayangkan, merasakan dan mendengarkan kenikmatan yang sangat dengan detail dan emosional bila mencapai tujuan, atau kesengsaraan yang sangat dengan detail dan emosional bila tidak mencapai tujuan tersebut.

Buku ini mengajarkan strategi untuk mendapat banyak uang yaitu *pertama*, harus memiliki nilai tambah; *kedua* tujuan harus dikomunikasikan; *ketiga*, tujuan harus ditujukan kepada orang yang tepat; *keempat*, tujuan harus dalam jumlah yang banyak; *kelima*, tujuan dilakukan dengan cara yang tepat (isi promosi, sarana, waktu dan tempat). Selain itu, ada beberapa hambatan yang harus dikenali oleh seseorang yaitu: *pertama*, tidak mengetahui jalur alamiah untuk mencapai tujuan; *kedua*, tidak memiliki rencana yang realistis; *ketiga*, tidak melakukan tindakan sesuai dengan rencana; *keempat*, tidak melakukan monitor dan penyesuaian; *kesepuluh*, meletakkan tanggungjawab kepada orang lain; *kelima*, sikap mudah menyerah, *keenam*, bersikap tidak mengelola hidup seperti bisnis yang harus menguntungkan; *ketujuh*, sikap terpengaruh oleh pesimisme dan optimisme orang lain; dan *kedelapan*, tidak ada mentor yang baik. Bila dalam hidup harus mencoba sendiri dalam segala hal, akan menghabiskan waktu dan energi yang jauh lebih banyak di bandingkan dengan mempelajari dari orang yang sudah sukses di bidang yang diinginkan.

## **BIODATA PENULIS**

**Rustiana.** Dosen dan peneliti pada Fakultas Ekonomi UAJY Yogyakarta. Alumnus Fakultas Ekonomi UAJY dan Program Pascasarjana UGM Yogyakarta. Bidang yang ditekuni Akuntansi Keuangan dan Sistem Akuntansi.

**W. Mahestu Noviandra.** Dosen pada Fakultas Ekonomi UAJY, staf pengajar Program Magister Manajemen Program Pascasarjana UAJY. Alumnus Fakultas Ekonomi UAJY (1994) dan gelar MScib diperoleh dari University of Griningen Belanda. Bidang yang ditekuni Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Internasional.

**Ilya Avianti.** Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran (Unpad), sejak tahun 1985. Alumnus Fakultas Ekonomi Unpad (1984), Magister Sains bidang Akuntansi Program Pascasarjana Unpad (1994), dan Doktor bidang Akuntansi Program Pascasarjana Unpad (2000). Jabatan yang diemban antara lain: Sekretaris bidang Doktor Ekonomi Program Pascasarjana Unpad ( 2002 – sekarang), sejak tahun 2005 menjadi Staf Ahli Menteri Keuangan.

**Lina Anatan.** Dosen dan peneliti pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

**Joko Waluyo.** Dosen dan Peneliti pada Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta.

**Gunarto Suhardi.** Dosen dan peneliti pada Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Doktor di bidang Hukum.

**Theresia Niken Setyorini.** Alumnus Fakultas Ekonomi UAJY Program Studi Akuntansi.

**Aloysia Yanti Ardiati.** Dosen dan peneliti pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi UAJY. Alumnus Program Pascasarjana UGM Yogyakarta.

**Handy Fridata.** District Manager PT Kalbe Farma Cabang Yogyakarta.

## PEDOMAN PENULISAN

### A. Format:

1. Artikel harus diketik 2 (dua) spasi pada kertas folio (A4) dengan panjang artikel berkisar 15 – 30 halaman. Marjin atas, bawah dan samping harus dibuat paling tidak 3 cm. Pilihan huruf disarankan menggunakan *Arial Narrow* ukuran font 11. Pengolah kata disarankan menggunakan *MS Word* versi windows.
2. Halaman *cover* harus menunjukkan judul tulisan, nama penulis, institusi serta catatan kaki berupa ucapan terima kasih atau informasi lain yang berkaitan dengan artikel tersebut. Penulis juga wajib menyebutkan biodatanya secara singkat.
3. Halaman pertama dari artikel berisi judul, abstrak dan bagian pendahuluan dari artikel. Untuk memungkinkan *blind review*, penulis tidak boleh mengidentifikasi dirinya baik langsung maupun tidak langsung pada halaman pertama tersebut.
4. Tabel dan gambar harus diberi nomer. Tabel yang berisi data atau informasi dan gambar atau grafik yang dibuat harus dicantumkan sumber atau acuannya.
5. Sistematika penulisan terdiri atas pendahuluan, tinjauan literatur dan pengembangan hipotesis (jika ada hipotesis), metoda penelitian, hasil analisis dan pembahasan, simpulan dan daftar pustaka.

### B. Abstrak (*Abstract*)

Abstrak untuk artikel dalam bahasa Indonesia harus ditulis menggunakan bahasa Inggris dan sebaliknya. Panjang abstrak kurang lebih 100 kata, dan ditempatkan setelah judul artikel.

### C. Kata Kunci (*Keywords*)

Setelah abstrak cantumkan 4 (empat) kata kunci yang berkaitan dengan isi artikel.

### D. Acuan (*Referensi*)

Karya yang diacu harus menggunakan "sistem penulis-tahun" (*Harvard-style*) yang mengacu pada daftar acuan atau daftar referensi. Jika memungkinkan, penulis disarankan juga untuk mencantumkan halaman karya yang diacu.

1. Dalam teks, karya diacu dengan cara menulis *nama akhir/keluarga penulis* dan *tahun* dalam tanda kurung, contoh: untuk satu penulis (Gujarati, 1995), dua penulis (Hansen dan Mowen, 2003), lebih dari 2 penulis (Woodman *et al.*, 1993), lebih dari dua sumber yang diacu (Keegan, 1999; Jain, 2000), dua tulisan atau lebih oleh satu penulis (Amabile, 1997; Amabile, 1998).
2. Jika menggunakan halaman, jangan gunakan "*hal*", "*pp*", atau "*halaman*". Tetapi sebelum halaman gunakan tanda titik dua, contoh: (Gujarati, 1995: 55), (Hansen dan Mowen, 2003: 96 – 110), (Woodman *et al.*, 1993: 66).
3. Apabila daftar acuan lebih dari satu tulisan oleh penulis yang sama dalam tahun penerbitan yang sama, gunakan akhiran a, b dan seterusnya setelah tahun pada acuan, contoh: (Teoh, 1998a) atau (Teoh, 1998b).
4. Acuan tulisan yang merupakan karya institusional sedapat mungkin harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin, contoh (Komite SAK-IAI, PSAK 28, 1997).

### E. Daftar Pustaka

Setiap artikel harus mencantumkan daftar acuan yang isinya hanya karya yang diacu. Untuk daftar acuan, gunakan format berikut:

1. Urutkan acuan berdasarkan abjad, sesuai dengan nama akhir/keluarga pengarang atau institusi yang bertanggungjawab atas suatu karya.
2. Gunakan inisial nama depan dari penulis.
3. Judul jurnal tidak boleh disingkat.
4. Kalau lebih dari satu karya oleh penulis yang sama, urutkan secara kronologis waktu terbitan. Dua karya atau lebih dalam satu tahun oleh penulis yang sama dibedakan dengan huruf setelah tahun.

Beberapa contoh penulisan daftar acuan sebagai berikut:

a. *Untuk jurnal/majalah ilmiah*

Francis, J., E. Maydew, dan H. Sparks, (1999), "The Role of Big Six Auditors in the Credible Reporting of Accruals", *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 18 (Fall), pp. 125 – 130.

Morrison, E. W., dan Milliken, F. J. (2000), "Organizational Silence: A Barrier to Change and Development in A Pluralistic World", *Academy of management Review*, Vol. 25 (4), pp. 706-725.

b. *Untuk buku*

Scott, W. R. (2000), *Financial Accounting Theory*, Canada Prentice Hall, 2<sup>nd</sup> edition.

Greenberg, J., dan Baron, R.A., (2000), *Behavior in Organizations*, Tenth Edition, Prentice Hall.

c. *Untuk makalah dan karya ilmiah lainnya yang tidak diterbitkan*

Puspita, Lisa Martiah Nila, (2000), "Pengaruh Tindakan Supervisi terhadap Kepuasan Kerja Auditor Junior: Melalui Pendekatan Dyadic", *Tesis S2*. (tidak dipublikasikan).

Abimanyu, A., (1993), "Choice of Self-Generation in the Industrial Firms: A Case Study of Indonesia", Dissertation, University of Pennsylvania, Philadelphia. (unpublished).

d. *Untuk jurnal/artikel yang didownload dari internet*

Romon. F. (2000), "Contribution of Dividend Policy Stability to the Measurement of Dividend Announcement and Ex-Dividend Effects on the French Market." *Download dari [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com)*, Institut d' Administration des Enterprises tanggal 21 Juli 2003.

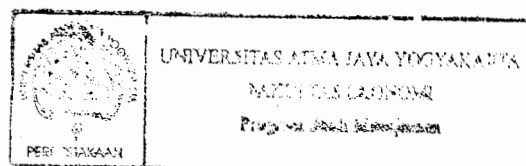
West, P., Bernard, B., (2000), "Applying Organizational Learning : Lessons from The Automotive Industry", *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 20 No. 10 pp. 1236 – 1251, *Download dari internet [www.emerald-library.com](http://www.emerald-library.com)* pada tanggal 1 Desember 2000.

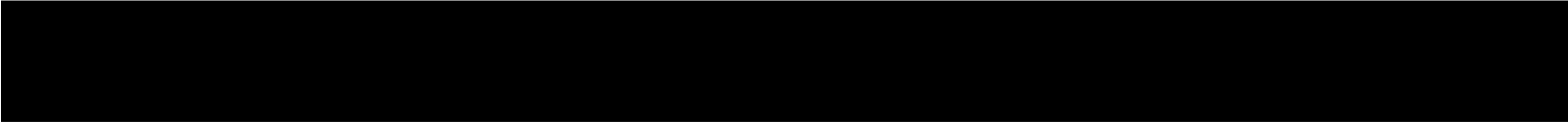
**F. Catatan Kaki**

Catatan kaki tidak digunakan untuk acuan. Catatan kaki tekstual harus digunakan hanya untuk perluasan informasi yang jika dimasukkan dalam teks bisa mengganggu kontinuitas bacaan.

**G. Pengiriman Artikel**

Artikel yang dikirim ke redaksi harus terdiri dari tiga *hardcopy*, *softcopy* dalam disket / CD, dan data pribadi penulis. Artikel termaksud dapat dikirim via pos ke redaksi.





## **FORMULIR BERLANGGANAN**

Nama Lengkap : .....  
Alamat Lengkap : .....  
..... Kode Pos : .....  
Telepon/HP : ..... Fax : .....  
Nama Institusi : .....  
Alamat Institusi : .....  
..... Kode Pos : .....  
Telepon: .....ext ..... Fax : .....

*Mohon dikirimkan Jurnal Kinerja mulai Volume ...Nomor ...Tahun....  
Sampai Volume ..... Nomor .....Tahun ..... yang akan datang.  
Adapun pembayaran kami lakukan di depan dengan cara :*

☐ **TUNAI**

☐ **TRANSFER BANK BNI46**

**Kantor Cabang UGM No, Rek,. 0038711488**

Pengiriman Jurnal dialamatkan ke **Alamat Tinggal/ Alamat Institusi \***)

Rp 75.000 untuk 2 Nomor

\*) Coret yang tidak perlu

Untuk berlangganan silahkan isi lengkap formulis ini dan kirimkan ke redaksi KINERJA :  
**Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta**  
**Jalan Babarsari 43 – Yogyakarta 55281**  
**Telpon (0274) 487711 est 2215/2316**  
**Fax (0274) 485225**  
**Email : kinerja@fc.uajy.ac.id**

